

السياحة في الدول الإسلامية في ظل الظروف المعاصرة



دكتورة

نهى ابراهيم خليل

دكتوراه الفلسفة في السياحة والإرشاد السياحي والفندقة
قسم الدراسات السياحية - كلية السياحة والفنادق
جامعة الإسكندرية



مؤسسة شباب الجامعة
40 ش د / مصطفى مشرفة
تليفاكس: 4839496 الإسكندرية
Email: shabab_elgamaa@yahoo.com

السياحة فى الدول الإسلامية فى ظل الظروف المعاصرة

دكتورة

نهى إبراهيم خليل

دكتوراه الفلسفة فى السياحة والإرشاد السياحي والفندقة

قسم الدراسات السياحية - كلية السياحة والفنادق

جامعة الإسكندرية

٢٠١٣

الناشر

مؤسسة شباب الجامعة

٤٠ شارع الدكتور مصطفى مشرفة

إسكندرية - تليفاكس : ٤٨٣٩٤٩١

Email:Shabab_Elgamaa@yahoo.com

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي
لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ * لَا شَرِيكَ لَهُ وَبِذَلِكَ
أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ ﴾

الأنعام: ١٦٢-١٦٣

إهداء

إلى أمي

إلى أبي

إلى أستاذتي

أ.د/ جلييلة حسن حسنين

موضوع الكتاب

تواجه المقاصد السياحية عدد من التحديات التي تحد من قدرتها على المنافسة في السوق السياحية الدولية خاصة في عصر التكتلات الاقتصادية .

ومن أجل مواجهة هذه التحديات ، يطرح الكتاب رؤية جديدة للتعاون السياحي الممكن تنفيذه واقعياً بين (مصر - تونس - المغرب) وذلك في أنماط سياحية محددة ذات آفاق مستقبلية صناعة السياحة تضمن الحفاظ على الهوية الفريدة وتحسين الصورة السياحية لتلك المقاصد في ظل الدولة بما يسهم في زيادة عوائدها السياحية وتنمية اقتصاداتها على الأجل الطويل

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
٢٩	مقدمة
٣١	الجزء الأول (الدراسة النظرية)
٣٣	الباب الأول العوامل الاقتصادية المؤثرة على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية
٣٥	الفصل الأول أثر المتغيرات الاقتصادية العالية على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية
٣٧	مقدمه
٣٨	تمهيد
٣٨	أولا : ما هي الدول العربية الإسلامية
٤٠	ثانيا: أثر المتغيرات الاقتصادية العالمية على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية
٤٠	١- اتفاقية تحرير تجارة الخدمات Gats
٤١	أولا: مبادئ الاتفاقية:
٤٣	ثانيا: شروط تحقيق آثار ايجابية للاتفاقية
٤٥	ثالثا: عوامل تحليل الآثار المحتملة للاتفاقية
٤٧	رابعا : الآثار السلبية والاييجابية للاتفاقية على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية
٤٧	١- الآثار السلبية
٤٩	ب- الآثار الايجابية

الصفحة	المحتوى
٥١	٢- التكتلات الاقتصادية الإقليمية
٥٢	اولاً: اسباب نشأة التكتلات الاقتصادية الإقليمية
	ثانياً: اهم التكتلات الاقتصادية المؤثرة في الاقتصاد العالمي عموماً
٥٦	والقنصات الدول العربية الاسلامية علي وجه الخصوص
٥٦	١- تكتلات اقتصادية إقليمية في الدول المتقدمة.....
٥٦	١. الاتحاد الأوروبي
	٢. اتفاقية التجارة الحرة لدول أمريكا الشمالية
٥٦	(NAFTA)
٥٦	٣. التكتل الاقتصادي الآسيوي.....
	(ب) مشروعات الشراكة بين الدول النامية والمتقدمة
٥٧	(الشراكة الأوروبية المتوسطية):
	ثالثاً: التأثير السلبي للتكتلات الاقتصادية الإقليمية على الدول العربية
٥٨	الإسلامية
٦٢	٣- الأزمة المالية العالمية ٢٠٠٨:
٦٢	اولاً : تشخيص الأزمة وتوضيح أسبابها
٦٤	ثانياً : انعكاسات الأزمة المالية علي الاقتصاد العالمي....
	ثالثاً : اثر الأزمة المالية العالمية على السياحة الدولية مع
٦٨	إشارة خاصة للدول العربية الإسلامية.....
٧١	١- : الآثار علي الأجل القصير:.....
٧٥	• المملكة العربية السعودية
٧٦	• مصر
٧٨	• سوريا
٧٩	• الأردن.....

الصفحة	المحتوى
٨٠	• لبنان.....
٨١	• تونس.....
٨٢	• المغرب.....
٨٣	ب- : الآثار على الأجل الطويل.....
٨٦	الخلاصة.....
٨٩	الفصل الثاني
٩١	الأهمية الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية
٩١	مقدمته.....
٩٢	تمهيد.....
٩٣	المبحث الأول : تطور حركة السياحة الدولية وإيراداتها في الدول العربية الإسلامية.....
٩٣	تمهيد.....
٩٣	اولا : تطور أعداد السائحين الدوليين في الدول العربية الإسلامية (٢٠٠٠-٢٠١١).....
٩٣	(١) منطقة الشرق الاوسط.....
٩٦	• المملكة العربية السعودية.....
٩٨	• مصر.....
١٠٠	• سوريا.....
١٠٢	• الأردن.....
١٠٣	• لبنان.....
١٠٥	(٢) منطقة شمال أفريقية.....
١٠٧	• تونس.....
١٠٧	• المغرب.....

الصفحة	المحتوى
١٠٨	ثانيا : الأهمية النسبية للسياحة البيئية في الدول العربية الإسلامية...
١٠٨	• المملكة العربية السعودية.....
١١٠	• مصر
١١٢	• سوريا.....
١١٣	• الأردن
١١٥	• لبنان.....
١١٦	• تونس.....
١١٧	• المغرب.....
	ثالثاً : تطور الإيرادات السياحية في الدول العربية الإسلامية
١١٨(٢٠١١-٢٠٠٠)
١١٨	(١) منطقة الشرق الاوسط.....
١١٩	• المملكة العربية السعودية.....
١٢٠	• مصر
١٢٢	• سوريا.....
١٢٣	• الأردن.....
١٢٤	• لبنان.....
١٢٥	(٢) منطقة شمال أفريقية
١٢٧	• تونس.....
١٢٧	• المغرب.....
	المبحث الثاني : الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية
١٢٨	الإسلامية.....
١٢٨	تمهيد.....
١٢٩	أولا : كيفية التعرف على الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية.....

الصفحة	المحتوى
١٣٢	ثانيا : الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية
١٣٢	(أ) دور السياحة الدولية في خلق فرص العمل.....
١٣٣	(١) منطقة الشرق الاوسط
١٣٤	• المملكة العربية السعودية.....
١٣٥	• مصر
١٣٥	• سوريا.....
١٣٥	• الاردن.....
١٣٥	• لبنان.....
١٣٥	(٢) منطقة شمال أفريقية.....
١٣٦	• تونس.....
١٣٦	• المغرب.....
١٣٦	(ب) دور السياحة الدولية في المساهمة في الصادرات و تنويعها
١٣٧	(١) منطقة الشرق الاوسط.....
١٣٨	• المملكة العربية السعودية.....
١٣٨	• مصر
١٣٨	• سوريا.....
١٣٨	• الاردن.....
١٣٨	• لبنان.....
١٣٨	(٢) منطقة شمال أفريقية
١٣٩	• تونس.....
١٣٩	• المغرب.....
١٤٠	(ج) دور السياحة الدولية في المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي..
١٤٢	(١) منطقة الشرق الاوسط

الصفحة	المحتوى
١٤٢	• المملكة العربية السعودية.....
١٤٢	• مصر
١٤٢	• سوريا.....
١٤٢	• لبنان.....
١٤٢	• الاردن.....
١٤٣	(٢) منطقة شمال أفريقية
١٤٣	• تونس.....
١٤٣	• المغرب.....
١٤٤	(د) مساهمة السياحة في الاستثمار.....
١٤٥	(١) منطقة الشرق الاوسط.....
١٤٥	• المملكة العربية السعودية.....
١٤٥	• مصر
١٤٥	• سوريا.....
١٤٥	• الاردن.....
١٤٥	• لبنان.....
١٤٥	(٢) منطقة شمال أفريقية
١٤٦	• تونس.....
١٤٦	• المغرب.....
١٤٧ الخلاصة

الصفحة	المحتوى
	الباب الثاني
١٤٩	العوامل غير الاقتصادية المؤثرة على السياحة الدولية
	في الدول العربية الإسلامية
	الفصل الثالث
١٥١	اثر العوامل السياسية على السياحة الدولية
	في الدول العربية الإسلامية
١٥٣	مقدمة.....
١٥٣	تمهيد.....
١٥٤	أولاً: تحليل اثر العوامل السياسية على اتخاذ قرار السفر.....
	ثانياً : رصد أهم العوامل السياسية المؤثرة على السياحة الدولية في
١٦١	الدول العربية الإسلامية خلال الفترة (٢٠٠٠ - ٢٠١١)
١٦١	أولاً : الأحداث الإرهابية.....
١٦١	أ) حادثة ١١ سبتمبر ٢٠٠١.....
١٦٨	ب) بعض الأحداث الإرهابية التي استهدفت السائحين الأجانب.....
	١ - تفجير كنيس غربية اليهودي بجزيرة جربه بتونس ١١ ابريل
١٦٨	٢٠٠٢.....
١٦٨	٢- تفجير الدار البيضاء ٢٠٠٣.....
١٦٨	٣- تفجير عمان ٩ نوفمبر ٢٠٠٥.....
١٦٩	٤- تفجير سيناء:.....
١٦٩	أ - تفجير طابا ٧ أكتوبر ٢٠٠٤.....
١٦٩	ب- تفجير شرم الشيخ ٢٣ يوليو ٢٠٠٥.....
١٧٠	٥ - تفجير الحسين، والمتحف المصري.....
١٧٠	- تفجير خان الخليلي ٧ ابريل ٢٠٠٥.....

الصفحة	المحتوى
١٧٠	- تججير ٣٠ ابريل ٢٠٠٥.....
١٧٠	- تججير فبراير ٢٠٠٩.....
١٧١	٦-حادثة الجلف الكبير.....
١٧١	ثانيا: الحروب
١٧١	أ) الغزو الأمريكي للعراق ٢٠٠٣.....
١٧٢	ب) حرب لبنان الثانية ٢٠٠٦ (حرب تموز).....
١٧٣	ثالثاً: توتر العلاقات بين الدول العربية الإسلامية.....
	رابعاً: مشكلات الصراعات الطائفية والعرقية وعدم الاستقرار
١٧٤	الداخلي :.....
١٧٥	أ- مشكلات عدم الاستقرار السياسي في السودان.....
١٧٥	ب- مشكلة أكراد العراق، والمشكلات الطائفية في لبنان.....
	ج- التوترات التي تشهدها علاقة المسلمين والأقباط في
١٧٦	مصر
	د- مشكلات الشيعة في البحرين ، وصراع قبائل ظفار مع
١٧٦	نظام الحكم في سلطنة عمان.....
	هـ- التوتر الأمني الناجم عن النزاع الطائفي بين السنة
١٧٦	والشيعة في اليمن
١٧٦	و- تعاقب الثورات العربية منذ نهايات عام ٢٠١٠.....
١٧٨	خامساً: العلاقات السياسية الخارجية:.....
١٨٠	الخلاصة.....

الصفحة	المحتوى
	الفصل الرابع
١٨٥	تحليل العلاقة بين العوامل الثقافية والسياحة الدولية
	في الدول العربية الإسلامية
١٨٧	مقدمة.....
١٨٨	تمهيد.....
	اولا : تحليل تأثير اللغة والدين كمعوميات ثقافية علي السياحة
١٨٨	الدولية في الدول العربية الإسلامية.....
	(أ) تأثير اللغة العربية علي السياحة الدولية في الدول العربية
١٩٠	الإسلامية.....
	(ب) تأثير الدين الإسلامي علي السياحة الدولية في الدول العربية
١٩٦	الإسلامية :.....
	• محددات تأثير الدين الإسلامي علي السياحة الدولية في الدول
١٩٧	العربية الإسلامية.....
١٩٧	اولا : الصورة السلبية للإسلام و اسبابها:.....
١٩٧	١- وجود بعض الحركات الإسلامية العنيفة.....
	٢- اعتماد فهم الغرب للإسلام علي الافكار المسبقة والتصورات
٢٠٠	النمطية غير الحقيقية.....
٢٠٥	٣- افتقاد الحوار بين الأديان.....
٢٠٦	ثانيا ارتباط الدين الإسلامي بالحياة اليومية للمسلمين :
	• مظاهر تأثير الدين الإسلامي علي السياحة الدولية في الدول
٢٠٧	العربية الإسلامية.....
	اولاً: تأثير الصورة السلبية للإسلام علي السياحة الدولية في الدول
٢٠٧	العربية الإسلامية:.....

الصفحة	المحتوى
٢٠٨	ثانياً: صور تأثير ارتباط الدين الاسلامي بالحياة اليومية للمسلمين على السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية:
٢٠٨	١- تأثير الاسلام علي قبول مجتمعات المقاصد لأنماط التنمية السياحية.....
٢١٠	٢- تأثير الاسلام علي أنشطة السائح المسلم:
٢١١	٣- تأثير الاسلام علي العلاقة بين السائح و المضيف.....
٢١٥	٤- دور الدين الاسلامي في النشاط السياحي
٢١٧	ثانياً: اثر السياحة الدولية علي الهوية الثقافية للدول العربية الاسلامية في ظل العولمة
٢٢٤	الخلاصة.....
٢٢٧	الفصل الخامس محددات القدرة التنافسية للمقاصد العربية الاسلامية
٢٢٩	مقدمة.....
٢٢٩	تمهيد.....
٢٢٩	اولاً: مفهوم تنافسية المقاصد وأسباب عدم وضوحه
٢٣٠	أ : تعدد مداخل الدراسة في تنافسية المقاصد
٢٣٠	١- مدخل الإدارة او المدخل الاستراتيجي
٢٣٠	٢- مدخل تنافسية السعر.....
٢٣٣	٣- مدخل ثقافي - اجتماعي- تاريخي.....
٢٣٥	ب : طبيعة المقصد السياحي نفسه
٢٣٧	ثانياً: محددات القدرة التنافسية للمقاصد السياحية وفقاً لاسهامات الباحثين.....
٢٣٧	١- نموذج (2002) Heath.....

الصفحة	المحتوى
٢٨٧	١- مقدمة عامة عن الدولة:
٢٨٨	ب- انماط السياحة في مصر:
٢٨٨	اولا- السياحة الترفيهية الشاطئية:
٢٨٨	ثانيا- السياحة الثقافية:
٢٩١	ثالثا- السياحة العلاجية:
٢٩١	رابعا- السياحة البيئية:
٢٩٢	خامسا- سياحة المهرجانات:
٢٩٣	سادسا- سياحة اليخوت:
٢٩٣	سابعا- السياحة النيلية:
٢٩٣	ثامنا- سياحة التسوق:
٢٩٣	تاسعا- سياحة السفاري:
٢٩٥	ج- الواقع السياحي في مصر:
٢٩٥	• الاسواق السياحية الرئيسية
٢٩٨	• الطاقة الفندقية :
٢٩٨	• طرق الوصول والانتقال الي مصر
٢٩٨	- النقل الجوي.....
٢٩٩	- السكك الحديدية والطرق البرية
٣٠٠	- النقل البحري و اهم الموانئ.....
٣٠٠	- النقل النهري
٣٠١	ثانياً: تونس.....س
٣٠١	١ - مقدمة عامة عن الدولة:
٣٠١	ب- انماط السياحة في تونس:
٣٠١	اولا- السياحة الترفيهية الشاطئية

الصفحة	المحتوى
٣٢٣	سابعاً- السياحة القروية.....
٣٢٥	ج- الواقع السياحي في المغرب
٣٢٥	• الاسواق السياحية الرئيسية
٣٢٧	• الطاقة الفندقية.....
٣٢٧	• طرق الوصول و الانتقال الي للمغرب
٣٢٧	- النقل الجوي.....
٣٢٨	- السكك الحديدية والطرق البرية
٣٢٨	- النقل البحري و اهم الموانئ.....
	٣- ملامح رئيسية لاستراتيجيات التنمية السياحية في الدول
٣٢٩	المختارة.....
٣٢٩	ا:- ملامح استراتيجية التنمية السياحية في مصر.....
	ب:- ملامح استراتيجية التنمية السياحية في تونس (المخطط الثاني
٣٣٠	عشر للتنمية ٢٠١٠-٢٠١٤).....
	ج- ملامح استراتيجية التنمية السياحية في المغرب
٣٣٠	(رؤية ٢٠٢٠).....
٣٣١	رابعاً: ملاحظات عامة علي الاستراتيجيات الثلاث:
٣٣٣	ثانياً: المعوقات المتوقعة في سبيل التعاون.....
٣٣٥	اولا : معوقات عامة
٣٣٥	ا: معوقات سياسية.....
٣٣٧	ب: معوقات اقتصادية.....
٣٤٠	ج: معوقات قانونية و تشريعية
٣٤٠	د: معوقات ثقافية.....
٣٤٣	ثانيا معوقات خاصة بالاستراتيجية.....

الصفحة	المحتوى
٣٤٣	١- اشتمال الاستراتيجية علي انماط سياحية جديدة
٣٤٣	ب- معوقات الحصول علي تأشيرات الدخول
٣٤٦	ج- جواز السفر
٣٤٦	د- الحجر الصحي
	ثالثاً: رؤية استراتيجية مقترحة لتحديد امكانيات التعاون بين الدول
٣٤٩	المختارة
٣٥١	اولاً: المنطلقات (الدوافع الرئيسية للتعاون):
٣٥٢	ثانياً: القواعد الاساسية للتعاون:
٣٥٥	ثالثاً: اهداف الاستراتيجية:
٣٥٥	رابعاً: امكانيات التعاون (البرامج المقترحة):
٣٦٧	خامساً: الليات تنفيذية للعمل (اجراءات):
٣٦٧	• اليات قانونية وتشريعية
٣٦٨	• اليات سياسية
٣٦٩	• اليات اقتصادية
٣٧٠	- تدريب القوة العاملة وتبادل الخبرات
٣٧٢	- الاستثمار في المشروعات السياحية
٣٧٩	• اليات سياحية
٣٧٩	اولاً: بالنسبة للسياحة الدولية
٣٧٩	١) توفير متطلبات نمط السياحة الاسلامية
٣٧٩	١- المتطلبات المادية
٣٧٩	- الفنادق التي تقابل الاحتياجات الدينية
٣٨٤	- اماكن الصلاة
٣٨٤	- مدي توافر الاطعمة الحلال

الصفحة	المحتوى
٣٨٥	- خدمات مساندة.....
٣٨٥	٢ - متطلبات غير مادية.....
٣٨٥	- رحلات شاملة حلال
٣٨٦	- عدم الاباحية في الملابس.....
٣٨٦	- الاخلاقيات الاسلامية.....
٣٨٧	ب) توفير متطلبات السياحة الثقافية (تسويق التراث الاسلامي).....
٣٨٧	١- تنمية مناطق الاثار الاسلامية وإدارة الزائر:.....
	٢- استخدام عناصر الجذب الثقافية الملموسة كمزيج ثقافي متكامل
٣٩٠	في البرنامج السياحي الثقافي:
٣٩٠	- الاطعمة التراثية.....
٣٩٣	- المنتجات الحرفية التذكارية
٣٩٥	ثانياً: بالنسبة للسياحة البيئية:.....
٣٩٥	ثالثاً: ادارة الصورة السياحية لدول النكتل كمقصد واحد.....
٣٩٦	أ) تقييم الصورة السياحية الحالية وتحسينها.....
٣٩٦	١- استخدام كتاب السياحة والسفر، ومنظمي الرحلات.....
٣٩٦	٢ - استخدام الاعلان عن المقصد الاعظم.....
٣٩٧	- انشاء قناة فضائية سياحية:.....
٣٩٧	• تصحيح الصورة الذهنية لدول النكتل.....
	• تقديم الصورة السياحية المحسنة لدول النكتل كمقصد
٣٩٨	اعظم للاسواق المستهدفة
٣٩٩	- استخدام الشبكة العنكبوتية internet:
٤٠٠	ب) تحديد الاسواق المستهدفة واسس تقسيمها.....
٤٠١	١- التقسيم الجغرافي:

الصفحة	المحتوى
٤٠١	٢- التقسيم الديموجرافي:
٤٠١	ج) اختيار علامة تجارية للصورة السياحية.....
	رابعاً: استخدام وسائل تسويقية جديدة للأنماط السياحية المقترحة
٤٠٤	للمقصد الاعظم
	١- استخدام الدراما سواء التلفزيونية او السينمائية في الحملات
٤٠٥	الترويجية للسياحة البينية والدولية:.....
	ب- استخدام الانترنت في الحملات الترويجية لانماط السياحة مجال
٤٠٦	التعاون (السياحة الثقافية والسياحة البينية والاسلامية):.....
٤٠٨	خامسا :استخدام حملات تنشيطية مميزة في المواسم الدينية الاسلامية
٤١٠	سادسا: استغلال عواصم الثقافة الاسلامية والسياحة العربية
٤١٠	سابعا : اختيار استراتيجية تسعير ملائمة.....
٤١٣	رابعاً: الآثار المتوقعة للتعاون
٤١٥	اولاً: اثار سياحية.....
٤١٧	ثانياً: اثار اقتصادية.....
٤٢٠	ثالثاً: اثار سياسية
	خامسا : نماذج مقترحة لرحلات المقصد الاعظم (مصر - تونس -
٤٢١	المغرب).....
٤٢٣	النموذج الاول: (سياحة التراث الاسلامي):
٤٢٥	النموذج الثاني: (السياحة البينية الوافدة من خارج دول التكتل): ...
٤٢٦	النموذج الثالث: (السياحة الاسلامية):
٤٢٧	المراجع
٤٢٩	أولاً: المراجع العربية:
٤٤٦	ثانياً: المراجع الأجنبية:

قائمة الجداول والأشكال

الصفحة	الجدول	المسجل
٩٤	تطور أعداد السائحين بمنطقة الشرق الأوسط (٢٠٠٠ - ٢٠١٠)	١
٩٧	تطور أعداد السائحين الدوليين الوافدين إلى المملكة العربية السعودية (٢٠٠٠ - ٢٠١٠).....	٢
٩٩	تطور أعداد السائحين الدوليين الوافدين إلى مصر (٢٠٠٠ - ٢٠١١).....	٣
١٠١	تطور أعداد السائحين الدوليين الوافدين إلى سوريا (٢٠٠٠ - ٢٠١١).....	٤
١٠٢	تطور أعداد السائحين الدوليين الوافدين إلى الأردن (٢٠٠٠ - ٢٠١١).....	٥
١٠٤	تطور أعداد السائحين الدوليين الوافدين إلى لبنان (٢٠٠٠ - ٢٠١١).....	٦
١٠٦	تطور أعداد السائحين الوافدين إلى المغرب و تونس (٢٠٠٠ - ٢٠١١).....	٧
١٠٩	أعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية إلى المملكة العربية السعودية (٢٠٠٣ - ٢٠١٠).....	٨
١١٠	الأهمية النسبية للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية إلى مصر (٢٠٠٠ - ٢٠١٠).....	٩
١١٢	الأهمية النسبية للسياحة الأوربية الوافدة إلى مصر (٢٠٠٠ - ٢٠١٠).....	١٠
١١٣	الأهمية النسبية للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية إلى سوريا (٢٠٠٢ - ٢٠٠٩).....	١١
١١٤	الأهمية النسبية للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية إلى الأردن (٢٠٠٢ - ٢٠١٠).....	١٢
١١٥	الأهمية النسبية للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية إلى لبنان (٢٠٠٢ - ٢٠٠٩).....	١٣
١١٦	الأهمية النسبية للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية إلى تونس (٢٠٠٢ - ٢٠٠٩).....	١٤
١١٩	تطور الإيرادات السياحية في المملكة العربية السعودية (٢٠٠٠ - ٢٠١١).....	١٥
١٢١	تطور الإيرادات السياحية في مصر (٢٠٠٠ - ٢٠١١).....	١٦
١٢٢	تطور الإيرادات السياحية في سوريا (٢٠٠٠ - ٢٠١١).....	١٧

المستسل	الجدول	الصفحة
١٨	تطور الإيرادات السياحية في الاردن (٢٠١١-٢٠٠٠).....	١٢٣
١٩	تطور الإيرادات السياحية في لبنان (٢٠١١-٢٠٠٠).....	١٢٥
٢٠	تطور الإيرادات السياحية بالمغرب وتونس (٢٠١١-٢٠٠٠)....	١٢٦
٢١	مساهمة السياحة الي اجمالي العمالة في عدد من الدول العربية الإسلامية ٢٠١١.....	١٣٤
٢٢	نسبة مساهمة السياحة الي اجمالي الصادرات وصادرات الخدمات	١٣٩
٢٣	تقديرات مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي ٢٠١١.....	١٤٣
٢٤	تقديرات مساهمة السياحة الي اجمالي الاستثمارات ٢٠١١.....	١٤٦
٢٥	ملخص لاثار احدث ١١ سبتمبر علي السياحة الدولية في عدد من الدول العربية الإسلامية ذات الوزن السياحي.....	١٦٧
٢٦	عدد السائحين الدوليين الوافدين الي مصر وفقا للمناطق السياحية الرئيسية ٢٠١٠.....	٢٩٥
٢٧	بوضح الاسواق العشرة الاولى ٢٠١٠.....	٢٩٦
٢٨	عدد السائحين الوافدين الي مصر من الدول العربية الإسلامية حسب الجنسية ٢٠١٠.....	٢٩٧
٢٩	عدد السائحين الدوليين الوافدين الي تونس وفقا للمناطق السياحية الرئيسية ٢٠١٠.....	٣١٢
٣٠	اعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية الي تونس	٣١٣
٣١	الاسواق السياحية للرئيسية للمغرب ٢٠٠٩.....	٣٢٥
٣٢	السياحة لوافدة من الدول العربية الإسلامية الي المغرب ٢٠٠٨	٣٢٦
٣٣	يوضح حجم الطاقة الفندقية موزعة علي المدن السياحية بالمغرب لعام ٢٠٠٨.....	٣٢٧
٣٤	مناطق الاستثمار السياحي في تونس.....	٣٧٦
٣٥	الفنادق المتوافقة مع الشريعة الإسلامية في منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية	٣٨٢

قائمة الخرائط

المستسل	الأشكال	الصفحة
١	خريطة توضح أنماط السياحة في مصر	٢٩٤
٢	خريطة توضح أنماط السياحة في تونس	٣١٠
٣	خريطة توضح أنماط السياحة في المغرب	٣٢٤

مقدمة الكتاب

بسم الله الرحمن الرحيم

والصلاة والسلام على سائر الخلق أجمعين وبعد

تزخر المقاصد السياحية السياحية الإسلامية بعدد كبير من المقومات الطبيعية والثقافية والتاريخية التي تؤهلها لكسب نصيب كبير من حركة السياحة الدولية ، وتقديم منتجات سياحية قادرة على تلبية رغبات الشرائح المختلفة من السائحين ، رغم ذلك فإن هناك عدداً من العوامل الاقتصادية وغير الاقتصادية التي تحد من القدرة التنافسية لتلك المقاصد فى السوق السياحية الدولية خاصة فى عصر العولمة والتكتلات الاقتصادية لذا فإن الدراسة الحالية تستهدف تكثيف العمل المشترك فى تنمية السياحة الدولية والبيئية فيما بين تلك المقصد لتشكل معاً مقصداً أعظم متكاملأ خاصة بالنسبة للسائحين المحافظين القادمين من الدول الإسلامية وكذا السائحين من أصحاب الاهتمامات الخاصة بالثقافة والتراث ، و ذلك وفق رؤية جديدة تطرح منتجات سياحية قادرة على المنافسة فى السوق السياحي الدولي انطلاقاً من ملامحة المميزة مما يسهم فى زيادة أعداد السائحين الدوليين الوافدين إلى الدول الإسلامية .

وقد وقع اختيار الدراسة على ثلاثة مقاصد هى (مصر - تونس - المغرب) لتنفيذ الرؤية المقترحة وذلك بناء على عدد من الأسس الاقتصادية والسياسية واستناداً لواقعها السياحي مع توضيح كافة المعوقات التي تحول دون تحقيق هدف الدراسة .

ثم كان من الضروري تحديد الآثار المتوقعة من التعاون السياحي المقترح والتي تمثل الإضافة الحقيقية للمقاصد المختارة ، وأخيراً تم اقتراح نماذج لرحلات سياحية للمقصد الأعظم المقترح .

وفى النهاية فإننى اتقدم بالشكر لكل من ساعدنى فى إثراء الدراسة
وادعو الله ان يكون هذا المجهود المتواضع معيناً للمسئولية والتنمية
السياحية فى الدول الإسلامية فى ظل التحولات التى تشهدها صناعة
السياحة فى ظل الظروف المعاصرة .
كما أدعوه سبحانه أن يتقبل جهدى هذا بقبول حسن بقدر اخلاصى
نيتى فى إنجازه طوال فترة الدراسة .

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ
الْمُشْرِكِينَ ﴿١﴾

صدق الله العظيم

سورة يوسف: الآية ١٠٨

المؤلفة

نهى إبراهيم خليل

الجزء الأول

(الدراسة النظرية)

الباب الأول
العوامل الاقتصادية المؤثرة
على السياحة الدولية
في الدول العربية الإسلامية

الفصل الأول
أثر المتغيرات الاقتصادية العالمية
على السياحة الدولية
في الدول العربية الإسلامية

الفصل الأول

أثر المتغيرات الاقتصادية العالمية على السياحة الدولية

في الدول العربية الإسلامية

مقدمة:

ظهرت في نهاية القرن العشرين عدد من المتغيرات الاقتصادية العالمية المتشابكة التي تأثرت بها دول العالم المتقدمة، والنامية مثل تحرير التجارة في السلع والخدمات، وبناء التكتلات الاقتصادية الكبرى. وتستهدف هذه المتغيرات بصورة رئيسية المزيد من حركة السلع والخدمات، وزيادة الاندماج بين اقتصادات العالم في التجارة والتدفقات المالية، والعمالة، ونقل التكنولوجيا عبر الحدود الدولية. وقد أدى ذلك إلى تعقد النشاط الاقتصادي والمالي، وترابط الأسواق المالية كأنها سوق واحد مما نتج عنه حدوث الأزمات المالية العالمية، وانتشارها خاصة في ظل تهميش دور الدولة من حيث الرقابة أو التنظيم للنشاط الاقتصادي وكان آخرها الأزمة المالية العالمية ٢٠٠٨.

وتعتبر السياحة الدولية من أكثر الأنشطة الاقتصادية تأثراً بتلك المتغيرات باعتبارها من أهم الأنشطة الخدمية التي تتعامل مع الاقتصاد الدولي. وفيما يلي سوف يتم استعراض أثر المتغيرات الاقتصادية العالمية على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية باعتبارها دولاً نامية، وتتضمن هذه المتغيرات: اتفاقية تحرير تجارة الخدمات Gats، التكتلات الاقتصادية الإقليمية، الأزمة المالية العالمية ٢٠٠٨م.

تهييد:

يستهدف هذا الفصل التعرف على الآثار الإيجابية للمتغيرات السابق ذكرها على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية، ومن جهة أخرى يتم إلقاء الضوء على التحديات التي تحملها تلك المتغيرات في التأثير على العوائد الاقتصادية للسياحة الدولية في تلك الدول؛ حيث يعد ذلك نقطة البدء من أجل تحديد إمكانيات التعاون فيما بينها في تنمية السياحة الدولية، والبيئية في ظل هذه المتغيرات من خلال الاستفادة بآثارها الإيجابية، وتتضمن هذه المتغيرات: اتفاقية تحرير تجارة الخدمات Gats، التكتلات الاقتصادية الإقليمية، الأزمة المالية العالمية ٢٠٠٨م. ويبدأ الفصل أولاً بتحديد ماهية الدول العربية الإسلامية، ثم استعراض أثر تلك المتغيرات على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية.

أولاً : ماهي الدول العربية الإسلامية؟

يعبر مفهوم الدول العربية الإسلامية عن مجموعة دول منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقية الناطقة بالعربية Arab Speaking MENA Region، وهي وفقاً لتقسيم الأمم المتحدة^(*) جزء من منطقة الشرق الأوسط الكبير Expanded Middle East (EME) والذي يضم الدول التالية:

- ١- مجموعة دول جنوب البحر المتوسط الأوروبية (قبرص - تركيا - إسرائيل)^(**)
- ٢- مجموعة دول شمال أفريقيا (الجزائر - المغرب - تونس - السودان)^(***)

* هذا هو نفسه تقسيم منظمة الأمم المتحدة للسياحة UNWTO .
** سوف تقتصر الدراسة على مجموعتي الشرق الأوسط و شمال افريقية باعتبارها دولا عربية إسلامية.

*** لمزيد من المعلومات عن شمال أفريقيا راجع :
(wikipedia.org), accessed: Sep., 2010.

٣- مجموعة دول الشرق الأوسط (مصر - البحرين - العراق -
الأردن - الكويت - لبنان - ليبيا- عمان - قطر - السعودية -
سوريا - الإمارات - اليمن).

وتبلغ مساحة المنطقة حوالي ١٨ مليون كم مربع و تتمثل الدول
العربية الإسلامية في المجموعتين الأخيرتين و هي تحتل حوالي ٧٧ %
من المساحة الكلية لمنطقة الشرق الأوسط الكبير بما يعادل ١٣.٩ مليون
كم مربع^(١).

ووفقاً للجغرافيا الإقليمية فان الدول العربية الإسلامية تشكل معا
إقليماً حضارياً **Cultural region** وينشأ التجانس فيما بينها على عدة
أسس كاللغة المشتركة، التساريخ المشترك، طرق الحياة، والنظم
الاجتماعية وأنماط السلوك، بخلاف الدين الإسلامي الحنيف الذي يدين به
غالبية سكان هذه الدول،^(٢) وينعكس كل ذلك بالضرورة على كافة جوانب
النشاط الاقتصادي ومنها السياحة الدولية.^(٣)

وقد ظهرت في نهاية القرن العشرين عدد من المتغيرات
الاقتصادية العالمية المتشابكة والتي كان لها بالغ الأثر على السياحة
الدولية خاصة في الدول النامية و منها الدول العربية الإسلامية.
وفيما يلي سوف يتم استعراض اثر المتغيرات الاقتصادية العالمية على
السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية وتتضمن هذه المتغيرات:
اتفاقية تحرير تجارة الخدمات Gats، الكتلات الاقتصادية
الإقليمية، الأزمة المالية العالمية ٢٠٠٨م.

١- فتحي أبو عيانة، الجغرافيا الإقليمية: دراسة لبعض الأقاليم الكبرى في العالم،
الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٠، ص ص ٢٥، ٢٦.

٢- نفس المرجع السابق، ص ٢٣، ٤٠، ٤١

3- Aziz, H., "The journey: an overview of tourism & travel in the
Arab/ Islamic context" , in Harrison, D. (ed.), *Tourism & the
less developed world : issues and studies*, London: Cabi
Publishing, 2004, , P. 151.

ثانياً: اثر المتغيرات الاقتصادية العالمية على السياحة الدولية في الدول العربية

الإسلامية

١. اتفاقية تحرير تجارة الخدمات Gats:

بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية بدأت عدد من دول العالم تتخذ خطوات نحو تحرير التجارة الدولية السلعية فتم عقد الاتفاقية العامة للتعريف والتجارة (GATT) وذلك في بداية عام ١٩٤٨، وقد نظمت هذه الاتفاقية عدداً من اللقاءات الدورية، كان آخرها عام ١٩٨٦م والتي عقدت في أوروغواي وأنتهت أعمالها في مراكش ١٩٩٤ بعقد اتفاقية منظمة التجارة العالمية (WTO) World trade organization والتي حلت محل اتفاقية الجات وقد تم إدخال تجارة الخدمات تحت مظلة الحرية التجارية حيث عقدت اتفاقية تحرير تجارة الخدمات

(^١) General agreement of trade in services) GATS)

وتعد اتفاقية GATS أول اتفاقية دولية متعددة الأطراف تستهدف تحرير تجارة الخدمات من كافة القيود التي تعترضها وتغطي الاتفاقية ١٢ قطاعاً خدمياً^(٢) أهمها الخدمات المالية، خدمات النقل، خدمات الاتصالات والمعلومات، الخدمات المهنية، خدمات قطاع التشييد والبناء والخدمات الهندسية، والنقل الجوي، انتقال العمالة وكذا الأنشطة السياحية أو (خدمات السياحة والسفر).^(٣)

١- جلييلة حسنين، ، اتفاقية تحرير تجارة الخدمات Gats وآثارها المحتملة مستقبلاً على النشاط السياحي الدولي وإيراداته في مصر"، في : جلييلة حسنين "المحرر"، مقالات في التنمية السياحية، الإسكندرية : دار السلام للطباعة والتجليد، ٢٠٠٣، ص ١٠٥ .

٢- ملخص بشأن اتفاق التجارة في الخدمات :

[www.fas.gov.eg/NR/rdonlyres/...D813.../SummaryofGATSArab](http://www.fas.gov.eg/NR/rdonlyres/...D813.../SummaryofGATSArab%20ic.doc)
ic.doc , accessed : Sep., 2010

وتوجد أيضاً خدمات أخرى داخل الاتفاقية مثل الخدمات الترفيهية و الثقافية والترفيهية، وخدمات التعليم، والتوزيع.
* و هي المعنى بها البحث الحالي.

ووفقا لتقديرات منظمة السياحة العالمية (UNWTO) تمثل السياحة أحد أهم الأنشطة الخدمية بما يعادل ٣٠%^(١) من حجم صادرات الخدمات في العالم والتي تقدر بحوالي ٨٥٢ مليار دولار وذلك وفقا لبيانات عام ٢٠٠٩،^(٢) وتختلف الخدمات السياحية عن غيرها من الخدمات بالتعدد والتنوع، وعدم التجانس؛ لذا فقد كان هناك اختلاف في تحديد قواعد تحريرها بين الدول المختلفة خاصة وأن الاتفاقية لم تقم بتخصيص ملحق مستقل لقطاع السياحة.

ورغم ذلك فإن الاتفاقية وضعت عدة مبادئ أساسية^(٣) تمثل التزامات عامة بشأن تحرير التجارة الدولية في الخدمات ومنها الخدمات السياحية.

أولاً: مبادئ الاتفاقية:

(أ) مبدأ الدولة الأولى بالرعاية (المساواة وعدم التمييز): ويقصد به قيام كل دولة عضو بمنح الخدمات السياحية ومورديها من أي دولة عضو أخرى فوراً ودون شروط معاملة لا تقل رعاية عن تلك التي تمنحها للخدمات السياحية ومورديها من أي دولة أخرى. كما أن ما تتعهد به

1- UNWTO, <http://www.unwto.org/index.php>, accessed: Oct., 2009.

2- UNWTO, <http://www.unwto.org/index.php>, accessed: Sep, 2010.

٣- تم الاستعانة في هذا الجزء بالمراجع التالية :

- المعهد العربي للتخطيط، أحمد طلفاح، اتفاقية الجات و نتائج دولة أوروغواي

(www.arab-api.org/course31/pdf/P5628-1.pdf), accessed: Sep., 2010.

- المملكة العربية السعودية، منتدى الرياض الاقتصادي، "جاهزية القطاع الخاص للانضمام لمنظمة التجارة العالمية"، ديسمبر ٢٠٠٥ :

(www.rivadhforum.net/Upload/PowerPointFile_1395_80.ppt),

accessed Sep, 2010

- ملخص بشأن اتفاق التجارة في الخدمات، مرجع سابق .

- رئاسة الجمهورية، المجالس القومية المتخصصة، موسوعة المجالس القومية المتخصصة (١٩٧٤ - ١٩٩٩)، (السياحة واتفاقية التجارة للخدمات الجاتس)،

المجلد الخامس والعشرون، ص ٢٣١.

- جليلة حسنين، مرجع سابق، ص ١٠٧

الدول الموقعة على الاتفاقية من إزالة أو تخفيض لقيود الحرية التجارية فى الخدمات السياحية يكون مشروطاً بحصولها على عروض مماثلة من البلاد الأخرى.

(ب) مبدأ شفافية الحملة: وهذا المبدأ يلزم الدول الأعضاء الموقعة على الاتفاقية بنشر وإتاحة كل ما يتعلق بنشاط الشركات السياحية من تشريعات ولوائح وقوانين وقرارات إدارية وتنظيمية مما يعنى قيام الشركات السياحية الأجنبية بتأسيس وممارسة نشاطها وفق أسس وإجراءات وضوابط متساوية مع الشركات الوطنية.

(ج) المعاملة الوطنية:

ويقصد بها عدم التمييز فى المعاملة بين موردي الخدمة الوطنيين وموردي الخدمة الأجانب، وهو ما يضمن أن المورد الأجنبي يحصل على نفس المعاملة التى يحصل عليها المورد المحلي ويعنى ذلك مساواة جميع الأشخاص (طبيين ومعنويين) فى النفاذ للأسواق وشروط العمل، وظروف التشغيل فى السوق الوطنية، والتمتع بكافة المزايا والإعفاءات، وبالتالي فإن ذلك يسمح للشركات السياحية والفندقية الأجنبية خاصة للشركات دولية النشاط^(*) من ممارسة نشاطها داخل الدول الأعضاء فى الاتفاقية وذلك بالمساواة مع الشركات الوطنية دون أن تتمتع الأخيرة بأية معاملة تفضيلية.

(د) النفاذ إلى الأسواق:

ويقصد به الشروط التى يسمح على أساسها لمورد الخدمة الأجنبي بتوريد الخدمة داخل أسواق دولة أخرى، ولا يعنى ذلك بالضرورة التحرير

* اختلف الاقتصاديون حول مفهوم هذه الشركات إلا أنها من الممكن تعريفها على أنها مشروع يمارس لنشطة متنوعة فى أكثر من دولة المقر الرئيسي لأدارته يقع فى أحد الأقطار فى حين إن أعمال المشروع تجرى فى عدة أقطار أخرى أيضاً وتوصف بالأقطار المضيفة بغض النظر عن جنسية المشروع إذ قد تتعدد جنسيات ملكية المشروع فتصبح الشركة متعددة الجنسية وتعمل هذه الشركات على نطاق عالمي فيما وراء الحدود القومية.

الكامل لكافة الخدمات السياحية أو أشكال توريدها، ويمكن ترجمة ذلك عملياً من خلال الاحتفاظ ببعض القيود أو التحفظات على مبدأ النفاذ إلى الأسواق.

(هـ) **مبدأ الاستيراد في حرية التجارة** : يعنى ذلك تعهد الدول الأعضاء فى الاتفاقية بتطبيق مستويات الحماية المخفضة التى توصلت إليها الاتفاقية واستكمال التفاوض من أجل إزالة العقبات تدريجياً أمام تحركات الأشخاص الطبيعيين الذين يعملون فى النشاط السياحى عبر الحدود ويمكنهم من الإقامة فى الدولة التى يتم فيها ممارسة النشاط، وإزالة جميع القيود الرسمية أمام تحركات رؤوس الأموال والاستثمارات الأجنبية فى المشروعات السياحية.^(١)

وقد أشارت دراسة (Sr, D.L.E , 1995)^(٢) إلى ضرورة بذل الدول الأعضاء للمزيد من الجهد لتحرير تجارة الخدمات السياحية والقضاء على العقبات التى تحول دون ذلك بما يسهم فى تحقيق آثار اقتصادية إيجابية للسياحة الدولية فى المقاصد السياحية المختلفة تتمثل فى تنشيط السياحة الدولية وبالتالي تعظيم للدور الذى تلعبه السياحة فى خلق فرص العمل، وزيادة الدخل القومى.

ثانياً: شروط تحقيق آثار إيجابية للاتفاقية :

يشترط لتحقيق آثار إيجابية لتطبيق الاتفاقية وجود منافسة عادلة تتجنب الدعم الحكومى والإغراق^(٣) والاحتكار بالإضافة إلى إمكان حل النزاعات بالطرق الواقعية من خلال التفاوض مع توفير استثناءات ومعاملة تفضيلية مؤقتة للدول النامية هذا بخلاف ضرورة وجود درجة من الأمن و الأمان وسيادة السلام والاستقرار^(٤) وقد تناولت عدد من الدراسات تحليل آثار

١- جلييلة حسنين، مرجع سابق، ص ١٠٧.

2 - Sr, D.L.E, "A barrier-free future for tourism," *Tourism management*, Vol. 16, No.2, 1995, PP. 109-110

٣- رئاسة الجمهورية، المجالس القومية المتخصصة، مرجع سابق، ص ص ٢٢٥،

٢٢٦

٤- جلييلة حسنين، مرجع سابق، ص ص ١٢٢-١٢٣.

اتفاقية Gats على تجارة الخدمات السياحية في الدول النامية و منها دول الشرق الأوسط و شمال افريقية والتي تتمثل فيها غالبية الدول العربية الإسلامية.

فقد توصلت دراسة (جليلة حسنين ١٩٩٩)^(١) إلى أن تطبيق الاتفاقية في دولة نامية كمصر سوف يسهم في زيادة نصيب مصر النسبي من الإيرادات السياحية في منطقة الشرق الأوسط اعتماداً على ما تتمتع به من امكانيات سياحية طبيعية وثقافية، إلا أن الدراسة أشارت إلى أن الأثر السلبي لتطبيق الاتفاقية يتمثل في إعادة توزيع الإيرادات السياحية المحققة من النشاط السياحي في غير صالح المشروعات الوطنية نظراً لما تمتلكه المشروعات الأجنبية من مقدرة تنظيمية وتكنولوجية بخلاف ارتفاع الوزن النسبي لها في ملكية رأس المال للمشروعات المشتركة.

كما توصلت دراسة المجلس القومي للإنتاج والشلون الاقتصادية ١٩٩٩ من خلال تحليل العلاقة بين السياحة واتفاقية جاتس على الدول النامية ان لتطبيق الاتفاقية اثاره السلبية والايجابية على السياحة الدولية وقد اوصت بضرورة زيادة جودة المنتج مع اتخاذ خطوات نحو التعاون السياحي العربي بالاضافة الي ضرورة تعديل التشريعات السياحية وذلك من اجل تعظيم الاثار الايجابية للاتفاقية وتقليل اثارها السلبية.^(٢)

أشارت أيضاً دراسة أخرى قلم بها مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري بإشراف د. علا الخواجة ٢٠٠٦^(٣) إلى أن الاتفاقية تعد إطاراً مساعداً لزيادة تنافسية القطاع السياحي المصري وجذب الاستثمارات الأجنبية بينما ترى أن معوقات درجة التنافسية في ظل الاتفاقية تكمن في وجود مشكلات جودة وكفاءة البنية الأساسية وانخفاض كفاءة العاملين بالمجال السياحي.

١ - نفس المرجع السابق، ص ١٢١.

٢ - رئاسة الجمهورية، للمجالس القومية المتخصصة، موسوعة المجالس القومية المتخصصة (١٩٧٤-٢٠٠٠)، مرجع سابق، ص ص ٢٣٤-٢٣٥.

٣ - مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، "اثر اتفاقية تحرير التجارة في الخدمات على قطاع السياحة المصري"، إشراف : علا الخواجة، الإصدار الأولي، أكتوبر ٢٠٠٦، ص ١.

يتبين من خلال عرض الدراسات السابقة أنه علي الرغم من وجود بعض الإيجابيات الممكن الاستفادة منها جراء تطبيق الاتفاقية (وفق الشروط التي تم ذكرها سلفاً) إلا أن آثار الاتفاقية غالباً لن تكون في صالح الدول النامية؛ إما لأسباب متعلقة بطبيعة الاقتصاد الدولي، أو لأسباب متعلقة بالظروف الاقتصادية، ومستوي التنمية السياحية في الدول التي تناولتها بالدراسة، وكانت غالبيتها من الدول العربية الإسلامية.

وبناء علي ما تم عرضه سابقاً، بحسن استخلاص عدد من العوامل يمكن من خلالها تحليل الآثار المحتملة للاتفاقية سواء أكانت إيجابية أو سلبية على السياحة الدولية الموقعة على الاتفاقية ومنها الدول العربية الإسلامية و هي كما يلي:

ثالثاً: عوامل تحليل الآثار المحتملة للاتفاقية

(أ) الإمكانيات السياحية المحتملة:

وتعني مدى امتلاك الدولة لمزايا سياحية نسبية؛ حيث انه كلما توفرت للدولة مقومات سياحية سواء أكانت طبيعية أو ثقافية، كلما زادت الإستثمارات السياحية الأجنبية. وكلما تمتعت المشروعات السياحية بوفرة الأيدي العاملة الوطنية الماهرة فنياً وإدارياً وتسويقياً، أو زادت حجم مساهمة المشروعات السياحية الوطنية إلي إجمالي رأس المال. كلما أدي ذلك إلي زيادة النصيب النسبي للدولة من الإيرادات السياحية في ظل تطبيق الاتفاقية.

(ب) درجة الاعتماد علي الاستيراد :

وتعني انه كلما ارتفعت درجة اعتماد قطاع السياحة الوطني علي استيراد السلع والمستلزمات السياحية والفندقية، كلما زادت حجم التسربات من الإيرادات السياحية، وبالتالي يتأثر العائد الصافي من السياحة الدولية ؛ خاصة في ظل ظروف المنافسة الدولية التي تقتضيها احكام الاتفاقية بين المشروعات السياحية الوطنية، والاجنبية خاصة فسي الدول النامية .

(ج) الإطار التشريعي :

وتعنى انه كلما تميزت التشريعات والسياسات السياحية بمساندتها لاقتصاد السوق الحر، - خاصة بالنسبة لأحكام الاتفاقية- كلما أمكن تفعيل الاتفاقية والاستفادة من جوانبها الايجابية على السياحة الدولية، مثل دعم الاتفاقية لزيادة دور القطاع الخاص والاستثمارات الاجنبية في تمويل وإدارة المشروعات السياحية.

(د) درجة الاستقرار السياسي والاقتصادي :

ويعنى ذلك انه كلما توفرت درجة عالية من الاستقرار الاقتصادي، وعدم وجود الأزمات المالية، وكلما ارتفعت درجة الاستقرار السياسي، وعدم وجود الصراعات الداخلية، والإقليمية للدولة مع الدول المجاورة او غيرها، كلما أدى ذلك إلى جذب السياحة الدولية للمنطقة بأسرها مما يعنى الاستفادة من مميزاتا الطبيعية والثقافية، وكذلك جذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية وفقا لما تقتضيه مبادئ الاتفاقية من النفاذ للأسواق خاصة أن السياحة الدولية تنسم بالحساسية للآزمات أيضا كان نوعها^(*) والتي تؤدي بالضرورة الى التأثير سلبا على التدفقات الاستثمارية خاصة الأجنبية منها.

(هـ) التعاون الإقليمي:

وتعنى انه كلما زاد مستوى ودرجات التعاون الاقتصادي عموما، والسياحي علي وجه الخصوص بين الدول المتجاورة ابتداء من الاتفاقيات الثنائية وصولا إلى عضوية الدولة فى كتل سياحي كلما انعكس ذلك إيجابا علي حجم السياحة البينية والدولية الوافدة إلى الدول أعضاء التكتل خاصة وان اتفاقية الجاتس تستثني من مبدا الدولة الاولي بالرعاية الدول المنضمة للتكتلات من أجل تشجيع تحرير الخدمات السياحية فيما بينها بما يتوافق مع احكام الاتفاقية^(**).

وبجانب هذه العوامل فإن انضمام أى دولة للاتفاقية لا يعنى أن يتم ذلك ضد ما تقتضيه ظروفها الاقتصادية، ومصلحتها خاصة بالنسبة

* سوف يتم تناول ذلك بالتفصيل في الفصل الثالث.

** سوف يتم تناول ذلك لاحقا بالتفصيل في هذا الفصل

للدول التي تتخضع قدرتها التنافسية في مجال الخدمات السياحية؛^(١) لذا تتحكم الدولة في ذلك من خلال عدد من الإجراءات مثل:

- وضع قيود على نسبة ملكية رأس المال الأجنبي لمشاركة رأس المال الوطني خاصة مع وجود تكتلات وانماجات أفقية ورأسية بين شركات السياحة الأجنبية في الخارج مما يعني ضخامة الإمكانات المالية والفنية والإدارية لها بالمقارنة بالمشروعات السياحية الوطنية في الدول النامية عموماً.
- تحديد نسبة ملكية أراضي الدولة للأجانب.
- تحديد عدد الأشخاص الطبيعيين الذين يجوز توظيفهم وترتيب انتقالهم عبر الحدود.
- إجراء اختبار الحاجات الاقتصادية.^(٢) وكلها تضع محددات للنفاذ للأسواق والمعاملة الوطنية.^(٣)

ووفقاً لما سبق من عوامل يمكن تحديد الآثار الإيجابية والسلبية للاتفاقية على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية كدول نامية.

رابعا : الآثار السلبية والإيجابية للاتفاقية على السياحة الدولية في الدول العربية

الإسلامية

أ- الآثار السلبية:

- ١- أن ارتفاع الوزن النسبي لرأس المال للشركات الأجنبية دولية النشاط في المشروعات السياحية في مقابل رأس المال الوطني، وما تمتلك من تفوق في المعرفة الفنية في مقابل المشروعات الوطنية خاصة مع ضعف القدرات التمويلية للأخيرة، وضيق إمكانيات التمويل أمامها

١- رئاسة الجمهورية، المجالس القومية المتخصصة، موسوعة المجالس القومية المتخصصة (١٩٧٤ - ١٩٩٩)، تقرير عن (السياحة واتفاقية التجارة في الخدمات الجاتس)، مرجع سابق، ص ٢٣١.

• ويقصد به دراسة الدولة لمدي قدرة السوق المحلي على استيعاب دخول عدد من موردي الخدمات قبل بدء النشاط أو الدخول للسوق وهو يخضع للمشاورات بين الدولة والدول الأخرى، نفس المرجع السابق، ص ٢٢.

٢- مجلس الوزراء، مرجع سابق، ص ٢٢، ٢٧.

بالمقارنة بالمشروعات الأجنبية التي يزيد الاقبال علي تمويلها من قبل البنوك، و مع انخفاض القدرة التنافسية لغالبية الدول العربية الإسلامية في البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات علي وجه الخصوص^(*)، فإن كل ذلك يؤدي إلى توزيع أرباح النشاط السياحي لغير صالح قطاع السياحة الوطني^(١).

٢- إن حرية انتقال العمالة الأجنبية وإقامتها تعنى تحويل أجور، ونسب أرباح الخبراء والعاملين الأجانب إلى خارج الاقتصاد الوطني خاصة وأن أغلبهم من العاملين بالإدارة العليا والذين يحصلون على أجور مرتفعة تفوق الأجور التي يحصل عليها الوطنيون في وظائف الإدارة الأدنى.^(٢) مما يعني زيادة حجم تسريبات النقد الأجنبي عبر هذه التحويلات. كما ان ما تفقده الدول العربية الإسلامية كدول نامية من إمكان الاعتماد على الذات يعني اعتماد الدول بشكل رئيسي على استيراد المستلزمات الفندقية خاصة وأن بعض السلاسل الفندقية العالمية في عقود الإدارة التي تبرمها مع الدولة السياحية تشترط على المالك الوطني استيراد بعض المستلزمات والمعدات من شركات معينة في الخارج، هذا بخلاف ما تقوم بتحديد من نسب أرباح مرتفعة داخل العقود و كذا رسوم الإدارة.^(**) مما ينعكس بالضرورة علي انخفاض العائد الصافي للسياحة الدولية.

٣- إن التكتلات والانماجات بين شركات السياحة ومنظمي الرحلات الأجانب والتي تقع مقارها الرئيسية -غالباً- داخل الدول المصدرة للسائحين تعنى استقطاع قيمة مدفوعات الرحلات الشاملة عند المنبع مما يعني حرمان الدولة السياحية من جزء كبير من الإيرادات السياحية.

* سوف يتم للتعرض لذلك بالتفصيل في الفصل الخامس.

١- جليلة حسنين، مرجع سابق، ص ١٢١

٢- محيا زيتون، السياحة في مصر بين إمكانيات التنمية ومخاطر الهدر، القاهرة : دار الشروق، ٢٠٠٢، ص ١٨٥

** لمزيد من المعلومات راجع محيا زيتون، المرجع السابق، ص ص ١٨٠ - ١٨٣

٤- تتميط المنتج السياحي لارضاء رغبات و تفضيلات السائحين وفقا للمكاسب الاقتصادية للشركات الاجنبية بصورة من الممكن ان تؤثر علي الصورة السياحية بحيث يمكن ان تترك بعض المقاصد علي انها رخيصة نسبيا نتيجة لقدرة هذه الشركات علي التحكم في الاسعار، كما يمكنها من خلال قدرتها علي التحكم في اتجاهات الطلب السياحي الدولي ان تقوم بالترويج لبعض الانماط السياحية بغض النظر عن الاعتبارات الثقافية مما قد ينعكس سلبا علي الهوية المميزة للمقاصد العربية الاسلامية خاصة تلك التي تعتبر السياحة احدي اولويات التنمية الاقتصادية.

٥- كذلك فان غالبية الوظائف التي توفرها الشركات السياحية الاجنبية للمواطنين المحليين هي للعمالة غير الماهرة غالبا، وفي ظل استحواد الشركات السياحية الكبرى علي السوق السياحي فإن ذلك قد يؤدي إلى ضيق السوق امام الشركات الوطنية غير المؤهلة للبقاء في ظل منافسة غير متكافئة مما قد ينجم عنه تسريح العمالة و زيادة حجم البطالة. (١)

وتؤدي العوامل السابقة إلى زيادة حجم التسربات من الإيرادات السياحية وبالتالي عدم إمكان الدول العربية الإسلامية من الاستفادة من إمكاناتها السياحية الطبيعية و الثقافية، ليس ذلك فقط و انما عدم استفادة الاقتصاد الوطني من العوائد السياحية بالصورة المرجوة خاصة ان الشركات الاجنبية تميل لاستيراد معظم مستلزماتها من الخارج مما يقلل احتمالات التكامل الامامي و الخلفي مع الاقتصاد المحلي.

ب- الآثار الايجابية

تحمل الاتفاقية عدداً من الفرص أمام إمكان تنمية القطاع السياحي مما يمكن الدول العربية الإسلامية من الاستفادة من امكانياتها السياحية (في

١- سيرا عطية محمد عطية سعيد، الآثار الاقتصادية للشركات السياحية عابرة القوميات علي النشاط السياحي في الدول النامية (بالنظر علي النشاط السياحي المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة و الفنادق، جامعة الاسكندرية، ٢٠٠٧، ص ص ٢٠٩، ٢١٠، ٢١٣، ٢١٤

ظل الشروط التي ذكرت سابقاً) والتي تضمن تحقيق الاثار الايجابية التالية:

- ١- زيادة الطلب السياحي الدولي على الدول العربية الإسلامية؛ نتيجة ما تمتلكه الشركات السياحية دولية النشاط من معرفة وخبرة بالاسواق الرئيسية المصدرة للسياحة الي الدول النامية عامة بصورة اكبر نسبيا من المشروعات الوطنية، وكذلك لما تمتلك من قدرة فنية وتكنولوجية ومالية وتنظيمية بما يمكن من رفع مستوي الخدمات السياحية في الدولة المضيافة عبر ما تمتلك من مشروعات سياحية ومؤسسات اقامة. هذا بالاضافة الي ما تقوم به من أنشطة دعائية للمقاصد المضيافة ومقوماتها السياحية، تستغل فيها كل امكانياتها التسويقية سواء معرفتها برغبات و توقعات السائحين الحاليين والمحتملين، أو اسمها وشهرتها وعلامتها التجارية المعروفة عالميا.^(١)
- ٢- الاستفادة من انتقال الخبرة الفنية والإدارية والتكنولوجية من خلال الاحتكاك بين الشركات الوطنية والأجنبية.^(٢) مما يعني إمكانية رفع كفاءة ومهارة العاملين الوطنيين من خلال قيام الشركات السياحية والفندقية الأجنبية بتدريبهم على الوظائف المختلفة . ومع قيام الدول العربية الإسلامية الموقعة علي الاتفاقية بوضع بعض القيود حول وجود العمالة الأجنبية مثل قيام مصر بتحديد نسبة ١٠% فقط من العمالة الأجنبية داخل فروع المنشآت السياحية، وقيام المغرب والأردن بتحديد فترة زمنية معينة للإقامة تصل إلى ٩٠ يوماً فان ذلك يعني محدودية أثر الاتفاقية على العمالة خاصة مع اقتصار التوظيف على بعض وظائف الإدارة العليا والوظائف الفنية والمتخصصة بشرط عدم وجودها بين أصحاب الجنسيات الأردنية والمغربية وكذلك قيام الأردن بوضع قيود حول وظائف الإرشاد السياحي.^(٣)

١- نفس المرجع السابق، ص ص ٢٠٧، ٢٠٨

٢- جليلة حسنين، مرجع سابق، ص ١٢٢

٣- مجلس الوزراء، مرجع سابق، ص ٣٢، ٣٧، ٤٠

٣- توفير بيئة تشريعية وقانونية تحتوى قدراً من الشفافية والمصادقية في ظروف السوق الدولية وذلك من خلال قيام الدول بتعديل نظمها الضريبية، وقوانين الاستثمار مع إمكان تخفيف الإجراءات الإدارية والروتينية من أجل تشجيع الاستثمارات الأجنبية.^(١) بالإضافة التي تفعيل دور القطاع الخاص وزيادة مساهمته في إدارة المشروعات السياحية .

٤- إتاحة الفرصة أمام اتخاذ خطوات نحو إقامة تكتل سياحي بين الدول العربية الإسلامية من خلال إقامة اندماجات أفقية ورأسية بين المشروعات السياحية المختلفة، ووضع إستراتيجية تسويقية مشتركة، وهذا يعنى من ناحية أخرى اتفاق المصالح الاقتصادية والذي يؤدي إلى نبذ الخلافات السياسية وبالتالي القضاء تدريجياً على الصراعات الإقليمية، مما يزيد القوة في مواجهة الاستثمارات الأجنبية المتمثلة في الشركات متعددة الجنسيات نتيجة زيادة حجم السياحة البينية والاستثمارات المشتركة^(٢) بين الدول أعضاء التكتل خاصة في ظل وجود عدد كبير من التكتلات الاقتصادية الإقليمية سواء فيما بين الدول النامية أو للمقدمة.

وفيما يلي سوف يتم استعراض الآثار الايجابية والسلبية لهذه التكتلات علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية.

٢. التكتلات الاقتصادية الإقليمية :

تعتبر التكتلات الاقتصادية الإقليمية من أهم المتغيرات الاقتصادية التي تواجه الدول العربية الإسلامية في الوقت الحالي، فمنذ انهيار منظومة الدول الاشتراكية والتحول إلى الاقتصاد الحر بدأت تسعى عدد من الدول المتقاربة جغرافياً والتي تجمعها روابط تاريخية أو اقتصادية

١- شريف دولا، مرجع سابق.

٢- عمر صقر، "آثار العولمة على اقتصاديات الدول العربية فى شمال أفريقيا ومجلس التعاون الخليجي"، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية- كلية التجارة وإدارة الأعمال - جامعة حلوان، العدد ٣، ٤، ٢٠٠٢، ص ٢٨٩.

إلى القيام بعدد من الترتيبات الإقليمية، وتقسيم العمل فيما بينهما من أجل تعميق المصالح الاقتصادية المشتركة والاستفادة من مزايا الاقليم وخبراته ولا فرق في ذلك بين الدول النامية والمتقدمة.^(١)

وتعرف التكتلات الاقتصادية بأنها تجمع اقتصادي لمجموعة دول تعتبر الجغرافيا الأساس الموضوعي لاتحادها والحصول على مكاسب ومزايا في الاقتصاد العالمي الهدف المنشود لها وذلك لزيادة رفاهة شعوبها وتعزيز مكانتها بين الدول.^(٢) وفيما يلي عرض اسباب نشأة هذه التكتلات.

أولاً اسباب نشأة التكتلات الاقتصادية الإقليمية:

أ- صعوبة قيام أى دولة خاصة الدول النامية بتحقيق تنمية اقتصادية بمفردها^(٣) في ظل اتفاقيات تحرير التجارة الدولية فى السلع والخدمات، ومواجهة منافسة الشركات دولية النشاط ذات الامكانيات التمويلية والتسويقية والفنية الضخمة مما يمكنها من السيطرة على نصيب كبير من السوق الدولية وضغطها المستمر على الحكومات من أجل تسهيل انتشارها وسيطرتها على الأسواق الأخرى بما يحقق مصلحتها؛ اذ تقتضي هذه الظروف الانخراط فى تكتل إقليمي مما يمكن الدول من الاعتماد الجماعي على الذات، والتغلب على عقبة ضيق السوق المحلية، بدلا من المنافسة وسياسة إفقار الجار^(٤). Beggar-Thy-Neighbor policy

١- على كنعان، "الإقليمية الجديدة والمفتوحة: الأوسطية والمتوسطة"، فى: أحمد برقاي وآخرون، *الدولة الوطنية وتحديات العولمة فى الوطن العربى*، القاهرة : مكتبة مدبولي، ٢٠٠٤، ص ص ٦٩-٩٧

٢- المرجع السابق، ص ٧٧.

٣- فلاح خلف الربيعي، "التكتلات الاقتصادية فى الدول المتقدمة والنامية"، *الحوار المثمن*، للعدد ٢٣١٠، ١١/٦/٢٠٠٨

(<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=137574>, accessed: Oct.2009).

٤- لغة التجارة -قائمة بالمصطلحات التجارية :

<http://www.america.gov>, accessed: May, 2009.

وتعد سياسة افقار الجار اسلوب عمل تحاول من خلاله دولة ما ان تزيد من الناتج المحلي و تخفض البطالة عن طريق رفع التعريفات الجمركية مع تبني بعض السياسات الحمائية الاخرى تجاه الدول المجاورة.

ب- اشتداد المنافسة بين الدول المتقدمة اقتصادياً من أجل الحصول على أكبر قدر من المنافع الاقتصادية مما لدي بها التي تكوين مثل هذه التكتلات.

وتتأثر أسباب نشأة التكتلات الاقتصادية مسألة هامة هي مدى التوافق أو التعارض بين وجود مثل هذه التكتلات وبين اتفاقيات تحرير التجارة العالمية إذ أن اتفاقيات تحرير التجارة تنطوي على عدم وجود أي نوع من الحماية في المعاملات التجارية في اتفاقيات تحرير التجارة سواء في السلع أو الخدمات، في حين أن هذه التكتلات تتضمن على وجود معاملة تفضيلية للدول أعضاء التكتل في المعاملات التجارية كما تفترض تبادل المزايا بين الدول أعضاء التكتل وفرض سياسات حمائية تجاه الأطراف الأخرى غير المنتمية لها، سواء كانت دولاً منفردة أو تكتلات مماثلة.

ووفقاً لدراسة راندا صلاح الدين عطية ٢٠٠٩ تستطيع دول العالم أن تتعايش في ظل كتل منغلقة خارجياً ومنفتحة بين أعضائها مما يعلن بقاء الإقليمية خالدة مدى الحياة، أما النظام التجاري المتعدد الأطراف لن يكون له وجود في حالة عدم انفتاح تلك الترتيبات والذي يدعو للقول بأن للتعددية وجوداً طالماً سمحت لها الإقليمية بذلك.^(١)

ولذا فقد خلصت دراسة عمر سالم ٢٠٠٧ التي أنشأت اتفاقات إقليمية هي في الواقع قوة دافعة، لاحتراز الاندماج الاقتصادي العالمي.^(٢) كما أكدت دراسة محمد الشافعي ٢٠٠٥ التي أنشأت الاتفاقات التجارية الإقليمية لا تتعارض مع الجائز كاتفاق تجاري عالمي وإنما هي وسيلة للوصول إلى تحرير التجارة العالمية.^(٣)

١- راندا صلاح الدين محمد عطية، التنافس بين الإقليمية والتعددية نحو تحرير التجارة الدولية (دراسة مقارنة): ملخص رسالة ماجستير، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، العدد الرابع، ٢٠٠٩، ص ١٦٣.

٢- عمر سالم، "جدوي التحول إلى اتحاد جمركي عربي في ظل الاتجاهات الحديثة للإقليمية"، مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين كلية التجارة جامعة القاهرة، العدد الثامن والسبعون، ٢٠٠٧، ص ١٨٧ - ٢٤٠.

٣- محمد إبراهيم محمود الشافعي، "الاتفاقات التجارية الإقليمية وتأثيرها على النظام التجاري العالمي"، مجلة الأمن والقانون - الصادرة عن أكاديمية الشرطة ببسي، العدد الأول، يناير ٢٠٠٥ ص ٦٨ - ١٢٤.

ويؤيد ذلك أيضا عماري عمار^(١) الذي يري انه لا تعارض بين وجود التكتلات الاقتصادية وبين اتفاقيات تحرير التجارة إذا ما تم التنسيق بين سياساتها، وعلاقاتها الاقتصادية التجارية تجاه العالم الخارجي. وهذا ايضا ما اشارت اليه دراسة املتي فالخر ١٩٩٧ حيث اكدت ان وجود التكتل الاقليمي لا يتعارض مع توجهات تحرير التجارة، وذلك وفقا لشروط ودرجة انفتاح التكتلات الاقتصادية بما يتوافق مع احكام منظمة التجارة العالمية التي تقوم اساسا علي تشجيع الاستثمار الاجنبي المباشر.^(٢)

وفي الواقع فان اتفاقيات تحرير تجارة السلع GATT والخدمات GATS ذاتها تستثني من مبدأ الدولة الأولى بالرعاية الدول التي تنتمي إلى تكتل اقتصادي معين والدول الأعضاء في الاتحادات الجمركية ومناطق التجارة الحرة وما تمنحه لبعضها من تفضيلات وكذلك الحماية التي تقرضها الدول النامية على صناعاتها الناشئة^(٣)، و قد ركزت المادة (٥) من الاتفاقية علي ضرورة التاكيد من ان الاتفاقات الاقليمية تتفق في مسارها مع الجاتس^(٤)، كما اجازت المادة (٢٤) للدول الاعضاء تكوين أو الانضمام الي التكتلات الاقليمية، ولكن بشروط تكفل للجاتس مراقبة هذه الاتفاقات والتأكد من توافقها مع احكامها، وايضا بالاسلوب الذي يؤدي الي الحد من القيود التجارية ضد الدول غير الاعضاء في التكتلات.^(٥)

١- عماري عمار، "التكامل العربي : معوقاته وسبل تحقيقه"، اعمال المؤتمر العلمي السابع للجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، القاهرة - ٢٨-٣٠ مايو ٢٠٠٥، ص ١٨١-٢٥٢.

٢- املتي فالخر، مرجع سابق، ص ص ٣٤٨-٣٤٩.

٣- احمد طلفاح، مرجع سابق.

٤- محمد علي محمد عبيد، اثر الاتفاقية الدولية لتحرير تجارة الخدمات (GATS) علي كفاءة النشاط المصرفي في الدول النامية مع التطبيق علي مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة جامعة الاسكندرية، ٢٠٠٨، ص ٤٨.

٥- محمد ابراهيم الشافعي، مرجع سابق، ص ص : ٩٠-٩١.

لذا يري علي كنعان أن التكتلات الاقتصادية تدعم اتجاهات تحرير التجارة ولكن بصورة تظهر فيها القوة الاقتصادية للتكتل بما يمكنه من التفاوض بإمكانية رفض وقبول شروط التكتلات الأخرى علي أساس جماعي وليس علي أساس الدول منفردة.^(١)

وعلي ذلك فإن التكتل الاقتصادي يتضمن العناصر التالية:

- ١- تحرير التبادل التجاري وتنسيق السياسات المالية والاقتصادية بين دول التكتل بما يحقق الرفاهة الاقتصادية.
- ٢- التفاوض كعضو واحد علي الاتفاقات التجارية العالمية بما يحقق نقلاً اقتصادياً للدول الاعضاء.
- ٣- الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة.^(٢)

وهناك درجات من التكتل الاقتصادي تبدأ بالاتفاقيات الثنائية ثم رفع الحواجز الجمركية وغير الجمركية أمام السلع الوطنية للدول الأعضاء أو ما يعرف بمنطقة التجارة الحرة، ثم الانتقال إلى مرحلة الاتحاد الجمركي عندما تتفق الدول الأعضاء على وضع تعريف موحدة علي وارداتها من الدول خارج التكتل ثم تأتي مرحلة السوق المشتركة التي يتم فيها تحرير تدفق رؤوس الأموال، والقوى العاملة فيما بين الدول الأعضاء تليها الوحدة الاقتصادية التي يتم فيها توحيد السياسات المالية والنقدية ثم يأتي الاندماج الاقتصادي الكامل.^(٣) وهذا التطور المشار إليه لا يعد تطوراً حتمياً أي أنه قد يتوقف عند مرحلة معينة وفقاً لحجم المعوقات التي تحول دون الاستمرار في مسيرة التعاون وقد يسير وفقاً للمراحل السابقة ذكرها.^(٤)

١- علي كنعان ، مرجع سابق، ص ص ٧١ ، ٨٢ ، ٨٩ .

٢- فلاح خلف الربيعي، مرجع سابق.

٣- أماني فاخر مرجع سابق ص ٣٢٦ .

* سوف يتم تناول معوقات التعاون بالتفصيل في الجزء الثاني من الدراسة.

ثانياً : أهم التكتلات الاقتصادية المؤثرة في الاقتصاد العالمي عموماً واقتصادات الدول

العربية الإسلامية على وجه الخصوص:

فيما يلي سوف يتم استعراض أهم هذه التكتلات وهي:

أ. تكتلات اقتصادية إقليمية في الدول المتقدمة:

١. الاتحاد الأوروبي :

ويعد أهم التكتلات الاقتصادية القائمة حالياً ويقوم على أساس تبنى الدول الأعضاء سياسات اقتصادية ومالية ونقدية مشتركة وكذلك صك عملة موحدة لكافة الدول الأعضاء (اليورو) منذ عام ١٩٩٩ ويضم في عضويته ٢٧ دولة. (*)

٢. اتفاقية التجارة الحرة لدول أمريكا الشمالية (NAFTA):

وهو تكتل يضم U.S.A، كندا، المكسيك، ويتضمن أكبر منطقة تجارية حرة في العالم تقريباً.

٢. التكتل الاقتصادي الآسيوي :

وهو يتكون من محورين : الأول : رابطة جنوب شرق آسيا المعروفة باسم ASEAN ويتكون هذا التكتل من ست دول هي تايلاند - سنغافورة - ماليزيا - بروناي - اندونيسيا - الفلبين.

الثاني: جماعة التعاون الاقتصادي لآسيا والباسيفيك (APEC) : وتتكون هذه الجماعة من دول رابطة الآسيان بالإضافة لليابان والصين

* تأسس الاتحاد الأوروبي بناء على اتفاقية معروفة باسم معاهدة ماسترخت الموقعة عام 1992 م، ولكن العديد من أفكاره موجودة منذ خمسينات القرن الماضي. ومن أهم مبادئ الاتحاد الأوروبي نقل صلاحيات الدول القومية إلى المؤسسات الدولية الأوروبية. لكن تظل هذه المؤسسات محكومة بمقدار الصلاحيات الممنوحة من كل دولة على حدا لذا لا يمكن اعتبار هذا الاتحاد على أنه اتحاد فدرالي حيث إنه يتفرد بنظام سياسي فريد من نوعه في العالم. له سياسة زراعية مشتركة وسياسة صيد بحري موحدة و تضم الدول الأعضاء (إيطاليا، ألمانيا، بلجيكا، لوكسمبورج، المملكة المتحدة، فرنسا، الدنمارك، أيرلندا، اليونان، إسبانيا، البرتغال، السويد، النمسا، فنلندا، استونيا، بولندا، التشيك، سلوفاكيا، رومانيا، بلغاريا، المجر، لتوانيا، لاتفيا، قبرص، مالطا، سلوفينيا.

واستراليا، وكندا، والمكسيك، ونيوزيلندا، وكوريا الجنوبية، تشيلي، الصين، هونغ كونغ، اليابان، جمهورية كوريا، بابوا نيو غينيا وبيرو والاتحاد الروسي، تايلاند الصين تايبيه (تايوان)، الولايات المتحدة الأمريكية، فينتام.^(١)

(ب) مشروعات الشراكة بين الدول النامية والمتقدمة (الشراكة الأوروبية المتوسطية):

بدأ هذا المشروع في مؤتمر برشلونة ١٩٩٥ حيث اتفق جميع الأطراف المشاركة في المؤتمر على إقامة شراكة بين الاتحاد الأوروبي والبلدان الواقعة جنوب البحر المتوسط وأغلبها من الدول العربية الإسلامية^(٢) وهي (المغرب - الأردن - مصر - لبنان - تونس - الجزائر - سوريا- المناطق الفلسطينية)^(٣)

وهذه الشراكة تعد نوعا من الإقليمية الجديدة -new regionalism تتجمع فيها مجموعة من الدول النامية مع الدول المتقدمة طوعية^(٤) بحيث تختلف في ذلك عن التكتلات السابق ذكرها، وكان الاتفاق يستند إلى ثلاثة محاور:

- ١- المحور السياسي: يهدف إلى تعزيز الأمن والاستقرار.
- ٢- المحور الاجتماعي: يهدف إلى تطوير العلاقات الثقافية والاجتماعية وتحقيق التقارب بين شعوب الإقليم.
- ٣- المحور الاقتصادي: يهدف إلى إقامة منطقة تبادل تجارى حر وتقديم المساعدات لدول جنوب البحر المتوسط بهدف تحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية.^(٥)

١- فلاح خلف الربيعي، مرجع سابق، وراجع ايضا: wikipedia.org.

* تضم الشراكة دولا أخرى غير عربية (تركيا - إسرائيل) كدول جنوب متوسطية.

٢- مشروع الشراكة الأورو متوسطية : التعاون الاقتصادي أكثر الجوانب تقدما.
www.dw-world.de/dw/article/0,1789193,00.html, accessed: Oct. 2009.

٣- علي كنعان، مرجع سابق، ص ٧٤.

4- Cherfane et.. al, "Economic, social and environmental impacts of Euro-Mediterranean free trade Area", Draft paper for ERF Annual conference, December 2005,

(www.sed.manchester.ac.uk/.../Mansour_george_chiefane_Kirkpatrick.pdf)
accessed : Oct., 2009 .

وفي ظل وجود مثل هذه التكتلات فإنه من المؤكد ان اقتصاديات الدول العربية الإسلامية - كدول نامية - سوف تتأثر سلباً خاصة مع تباطؤ مسيرة التحرك نحو الاندماج في كيان اقتصادي كبير لتحقيق مصالحها المشتركة ؛ خاصة أن نسبة الصادرات العربية البينية لا تتعدى ١٠.٣% فقط من حجم الصادرات وذلك وفقاً لبيانات ٢٠٠٩. (١).

ثالثاً: التأثير السلبي للتكتلات الاقتصادية الإقليمية على الدول العربية الإسلامية:

أ. زيادة الفجوة الاقتصادية بين الدول المندمجة في كيانات اقتصادية كبيرة وبين الدول العربية الإسلامية:

فالدول المنضمة للتكتلات تستطيع الاستفادة من المزايا التفضيلية التي تمنحها دول التكتل للنفوذ لأسواقها من خلال تخفيض القيود التعريفية، وغير التعريفية مما يعني زيادة حجم الصادرات، وزيادة اتساع السوق. (٢) مما يشجع على زيادة الإنتاج وينعكس ذلك إيجاباً على موازين مدفوعات هذه الدول، بينما لانتاح للدول غير المنضمة للتكتلات هذه المزايا، مما ينعكس سلباً على موازين مدفوعاتها في صورة زيادة وارداتها، وعليه فان المقاصد العربية الإسلامية سوف تعاني من انخفاض حجم الحركة السياحية نسبياً في حال عدم انضمامها للتكتل سيحي مما يعني استمرار ضعف نصيبها من الحركة السياحية الدولية.

ب. استمرار التبعية الاقتصادية للدول المتقدمة اقتصادياً (٣)

تستطيع الدول المتقدمة ان تفرض شروطها في الاتفاقات الدولية بما يحقق مصالحها التجارية انطلاقاً من القوة الاقتصادية التي تتبع من

١- صندوق النقد العربي التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠١٠، "التجارة الخارجية للدول العربية"، ص ١٧٣.

٢- محمد إبراهيم الشافعي، مرجع سابق، صفحات متفرقة.

٣- يحيى عبد الغنى أبو الفتوح، التكامل الاقتصادي العربي في ظل المتغيرات الإقليمية العالمية (دراسة تحليلية لمعوقاته ووسائل تحقيقه)، "مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية-جامعة الإسكندرية"، ملحق العدد الثاني، المجلد ٣٧ سبتمبر ٢٠٠٠، ص ٥١.

انضمامها للتكتلات الإقليمية، بينما لا يكون أمام الدول المنفردة سوى تقبل هذه الشروط مما يعنى عدم حصول الدول العربية الإسلامية في حال بقائها دون تكوين كتل اقتصادي- إلا على النذر القليل الذي تسمح به الدول المتقدمة سواء من عوائد التجارة الدولية، أو المزايا التجارية والاستثمارية، وينطبق ذلك أيضا على انخفاض عوائد السياحة الدولية للدول العربية الإسلامية نسبيا في حال عدم انضمامها لتكتل سياحي وخضوعها باستمرار لشروط الشركات الأجنبية سواء في شروط الشراكة أو العقود بما يحقق مصالح الدول المتقدمة، أحتي في مواصفات المنتج السياحي مما يؤدي الي تميظه وربما قد يؤدي الي فقدان هويتها واصالتها.

ج- زيادة المخاطر التجارية المستقبلية^(١)

في ظل ظروف تحرير التجارة فإن عدم الانضمام للتكتلات الإقليمية يجعل الدولة عرضة لعدم الصمود أمام الممارسات الاحتكارية والإغراق، كما انها تصبح معرضة لعدم القدرة على الصمود أمام الأزمات المالية نظراً لانخفاض حجم التجارة البينية في مجمل تجارتها الخارجية، وينعكس آثار الأزمات المالية على كافة القطاعات الاقتصادية ومنها القطاع السياحي وهذا ما سيتم للعرض له لاحقا.

عدم التكافؤ في علاقات القوى بين الاتحاد الأوروبي من جهة والدول المتوسطة من جهة أخرى: حيث يتعامل الشريك الأوروبي بمنطق المهيمن على دول فرادي، وبالفعل فقد كان من المتوقع من هذه الشراكة توسيع الأسواق أمام منتجات دول جنوب المتوسط مع زيادة تدفقات الاستثمار إليها إلا أن النتائج جاءت مخيبة للآمال إذ أن نسبة مشاركة الدول الأوروبية تفوق كثيرا نسبة مشاركة الدول الجنوبية بما لا يسمح بتقديم فرص للتنمية الاقتصادية والاجتماعية التي تشهدها الأخيرة، مما يؤدي الي فرض الشريك الأوروبي للشروط المحققة لمصالحه في كافة المجالات اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا مثل:

١- محمد إبراهيم محمود الشافعي مرجع سابق، ص ٨٧.

(١) فتح أسواق الدول العربية الإسلامية أمام تصريف المنتجات الأوروبية ووضع قيود شديدة على نفاذ المنتجات العربية إلى الأسواق الأوروبية.^(١)

(٢) إعادة هيكلة اقتصادات الدول العربية الإسلامية بما يتواءم مع آليات السوق كإتباع الخصخصة التي أدت إلى مزيد من البطالة.

(٣) الحد من الهجرة غير الشرعية.

(٤) معاداة الاسلام.^(٢)

هـ- تعميق فرص التعاون الإقليمي المشترك: حيث إن المشروع المتوسطي يعد بديلاً لوجود كتل اقتصادي بين الدول العربية الإسلامية خاصة مع النظرة المقسمة من قبل دول الشراكة إلى المنطقة بين دول الخليج العربي - دول المغرب العربي - إسرائيل وجيرانها، وقد يعنى ذلك إعادة توزيع مولد المنطقة في غير صالحها بل طمس هوية المنطقة على الأجل الطويل.^(٣)

بناءً على كل ما سبق تبرز ضرورة اتخاذ الدول العربية الإسلامية خطوات حثيثة نحو تحقيق الهدف الأكبر وهو الوحدة الاقتصادية، وعليه فإنه يتعين البدء بالقطاعات الاقتصادية الأكثر سهولة في تحقيق المصالح المشتركة بما يمثل نقطة البدء نحو تحقيق هذا الهدف،^(٤) ومنها قطاع الخدمات حيث تعد تنمية قطاع الخدمات من أهم العوامل في اكتساب القدرة التنافسية على المستوى الدولي. وتشير إحصاءات منظمة التجارة العالمية الي أن صادرات الدول العربية الإسلامية للخدمات بلغت حوالي ٨٩ مليار

١- ثروت غطاس، التكامل الاقتصادي الاسلامي بين النظرية وامكليات التطبيق على مجموعة الدول العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة الاسكندرية، ٢٠٠٥، ص ١٢٨، ١٢٩.

٢- مصطفى مجدى الجمال، للشراكة الأوروبية ومتوسطة:

٢- نفس المرجع السابق

٤- محمد محمود الإمام، التكامل الاقتصادي الإقليمي بين النظرية وتطبيق، القاهرة

معهد البحوث والدراسات العربية، ٢٠٠٠، ص ١٧

دولار في عام ٢٠٠٧ أي ما نسبته ٢.٣ في المائة في المتوسط من صادراتها للسلع والخدمات. ويعد القطاع السياحي من أهم القطاعات الخدمية حيث تستأثر خدمات السفر بالمرتبة الأولى بنسبة ٤٥.٦ % في المتوسط في صادرات الدول العربية للخدمات في عام ٢٠٠٧، ثم تليها الخدمات الأخرى وأهمها النقل بنسبة ٢٢.٧ % ثم باقي الخدمات الاتصالات والتشييد والبناء وخدمات الحاسوب والمعلومات والخدمات المالية والخدمات الأخرى بنسبة ٣١.٧ %^(١).

ومن هنا تبدو ضرورة وجود كتل سياحي بين الدول عربية الإسلامية من أجل تعظيم المنافع المتحققة من هذا القطاع الخدمي في الاقتصاد المنطقة؛ خاصة وأن نجاح المقاصد السياحية - وفقاً للرؤية المستقبلية - هي ارتباط المقصد بغيره من المقاصد ومحاولة الارتفاع فوق التجزؤ من أجل طرح منتج متكامل مما يشكل مقصداً أعظم Mega Destination^(٢) وذلك عن طريق جذب السائحين الدوليين إلى المقصد، وتشجيع السياحة البيئية التي تتطوي على عدم خروج المد السياحي خارج المقصد الأعظم أو المنطقة ككل مما يعني زيادة قدرة دول التكتل على منافسة المقاصد العظمى الأخرى، ومواجهة آثار الأزمات المالية على السياحة الدولية.

وتمثل السياحة البيئية حوالي ٧٩ % من حجم لتدفق لسياحي لعالمي، وتأتي أوروبا في مقدمة العالم في حركة السياحة البيئية ولتي تمثل ٨٧ % من حجم الحركة السياحية للإقليم، تأتي بعدها آسيا والباسيفيك بنسبة ٧٨ %، الأمريكتين ٧٣ % ثم يأتي الشرق الأوسط، وأفريقيا بنسبة ٤٦ %، ٤٢ % على الترتيب وهذا يشير إلى تواضع نسبتها في الشرق الأوسط، وإفريقية بالمقارنة بالمناطق الأخرى.^(٣)

١- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠٠٨، "التعاون العربي في تحرير التجارة البيئية في الخدمات في إطار منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى"، ص ٢١٤.

٢- رئاسة الجمهورية، المجالس القومية المتخصصة، موسوعة المجالس القومية المتخصصة (١٩٧٤-٢٠٠٠) المجلد السادس والعشرون، تقرير عن (رؤية مستقبلية للسياسة المصرية)، ص ٢٩٦.

3- Handszuh, H, "Meeting on the trade and development implications of tourism services for developing countries ": UNCTAD XII pre-event, Geneva, 19-20 November 2007 ,P.6

وتعتبر السياحة البيئية Intra-regional tourism إحدى شقي اتجاهات الحركة السياحية الدولية إلى أقاليم العالم السياحية، وتعرف على أنها تدفق السائحين من دولة إلى دولة أو أكثر داخل الإقليم أو المنطقة الجغرافية الواحدة^(١).

وفيما يلي سوف يتم استعراض اثر الأزمة المالية العالمية على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية.

٣. الأزمة المالية العالمية ٢٠٠٨:

أولاً : تشخيص الأزمة وتوضيح أسبابها:

تعرض الاقتصاد العالمي في سبتمبر ٢٠٠٨ لأزمة مالية تعد الأسوأ منذ حدوث الكساد الكبير (١٩٢٩-١٩٣٢). وقد ظهرت عوارضها الأولى في بداية أغسطس ٢٠٠٧ مع اضطرابات قوية في القطاع العقاري في الولايات المتحدة الأميركية.

وقد ظهرت هذه الأزمة في الولايات المتحدة الأميركية، وأوروبا ثم أخذت في الانتشار إلى باقي أرجاء العالم المتقدم والنامي، وتمثلت في إفلاس عدد كبير من البنوك وشركات التأمين في أمريكا وأوروبا بما يقارب ٥٠٠٠ مؤسسة أميركية وبلغ عدد المؤسسات المفلسة عالمياً ما يقارب ٩٠٠٠ مؤسسة^(٢)، بالإضافة إلى انكماش حجم الصادرات، وتباطؤ الطلب المحلي وتراجع الاستثمارات الأجنبية، وانخفاض القدرة على الحصول على التمويل، خاصة في الدول النامية بالإضافة إلى انهيار البورصات العالمية الكبرى وأيضاً في غيرها من البورصات في الدول الأخرى التي يرتبط اقتصادها بشكل مباشر أو غير مباشر باقتصادات الدول منبع الأزمة، وبالتالي قيام عدد من المستثمرين الأجانب في هذه

١- اسعد حماد ابو رمان ، عادل سعيد الرلوي ، السياحة في الاردن :الاسس

الطبية- المقومات - الاسواق - الجوي، الطبعة الاولى، عمان : اثراء

للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩، ص ١٧٨.

٢- فادي خلف، " الأزمة المالية العالمية و انعكاساتها على المنطقة العربية" :

<http://css.escwa.org.lb/edgd/1012/session1/6.ppt>, accessed: Sep., 2009

البورصات يبيع قسم كبير من محافظهم المالية فيها من أجل تعديل مراكزهم المالية في بورصات بلدانهم مما أدى إلى انخفاض هائل في أسعار الأسهم عالمياً.^(١) وهناك عدد من الأسباب للزمة، يتم استعراضها كما يلي:

(أ) التشابك الشديد بين الاقتصاد الأمريكي والأوروبي، وبقيّة الاقتصادات العالم خاصة في ظل انفتاح الأسواق والتحرر الاقتصادي والذي يفترض ارتباطاً تسويق نسبة كبيرة من السلع والخدمات بالأسواق الأمريكية والأوروبية، والاستثمار في كافة البورصات من قبل المستثمرين الأمريكيين والأوروبيين بالبورصات الناشئة (كالبورصة المصرية والسعودية) من أجل تقليل درجة المخاطر المترتبة على تراجع الأسهم في أى من البورصات العالمية.^(٢)

(ب) سوء السياسات الاقتصادية^(٣) المتمثلة في :

(١) إسراف البنوك كمؤسسات مالية في تمويل الأفراد السذجن يرغبون في امتلاك عقارات من خلال إصدار أسهم بقيم مالية تفوق القيمة الحقيقية للأصول العينية التي تمثلها، وقد استهدفت من ذلك تحقيق مكاسب على المدى القصير دون النظر لأثر ذلك على موقفها المالي على المدى الطويل مما أدى إلى تعثر المدنيين في السداد خاصة وأن أغلبهم كانوا محدودي الدخل.^(٤)

١- وسيم محيي الدين، "رؤية شاملة حول تأثير الأزمة الاقتصادية العالمية مع الاقتصاد المصري خاصة القطاع السياحي"، ندوة عن الأزمة المالية العالمية وتبعاتها على الاقتصاد المصري، ٢٢ نوفمبر ٢٠٠٨، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية - جامعة الإسكندرية، العدد الأول، مجلد ٤٦، الجزء الأول، يناير ٢٠٠٩، ص ١

٢- نفس المرجع السابق، ص ص ١٠ : ١٧

3- Gouda Abd El Khalek, "Bad Policies or systemic dysfunction, the perils of financial globalization: a south view, *I' Egypt contemporaine*, no. 473/474, jan - April, 2004, PP. 5 - 46.

٤- سلطان أبو علي، "الأزمة للتمويلية وانعكاساتها على مصر"، ورقة عمل رقم (١٤٢) للمركز المصري للدراسات الاقتصادية، يناير ٢٠٠٩، ص ص ١ : ٦.

٢) عدم وجود رقابة من البنك المركزي الأمريكي على بنوك الاستثمار في ظل عدم التدقيق في أسس الائتمان.

٣) التوريق (Securitization): وهو قيام البنوك بتوليد موجات متتالية من الأصول المالية بناءً على أصل عقارى واحد بحيث يتم إصدار سندات تستند إلى سندات مما أدى إلى حدوث أزمة الديون العقارية عند عجز بعض العملاء عن تسديد القروض وتتمثل انعكاسات الأزمة في عدة صور تختلف حدتها من منطقة لآخرى ومن دولة لآخرى بناءً على الموقف الاقتصادي لها عند اشتعال الأزمة، ومدي ارتباط اقتصادها بالاقتصاد العالمي.^(١)

ثانياً: انعكاسات الأزمة المالية على الاقتصاد العالمي:

تتمثل انعكاسات الأزمة المالية على الاقتصاد العالمي في صور متعددة ومنها حدوث تباطؤ ملحوظ في النشاط الاقتصادي عالمياً حيث تقلص معدل نمو إجمالي الناتج المحلي العالمي من ٢.٥ % في عام ٢٠٠٨ إلى ٠.٩ % في عام ٢٠٠٩^(٢)، كما كان من المتوقع أن يتباطأ إجمالي الناتج المحلي العالمي، الذي ازداد بنسبة ٣.٩ % في عام ٢٠١٠، إلى ٣.٣ % في عام ٢٠١١^(٣)

١- سعيد عبد العزيز عثمان، محمد جابر فراج، "تداعيات الأزمة المالية العالمية على قطاع السياحة المصري" (السيناريوهات المحتملة والحلول المقترحة)، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية جامعة الإسكندرية، العدد رقم (٢) المجلد رقم (٤٦) يوليو ٢٠٠٩، ص ٥.

٢- الطفرة التاريخية في اسعار السلع الأولية تنتهي مع تباطؤ النمو العالمي:

<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTARABICHOM/NEWSARABIC/0,contentMDK:22005140~pagePK:64257043~piPK:437376~theSitePK:1052299,00.html>, accessed: Jul., 2011.

٣- البنك الدولي، البلدان النامية تقود قاطرة النمو العالمي، لكن المخاطر لا تزال قائمة :

<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/ACCUEILEXTN/NEWSFRENCH/0,contentMDK:22807959~menuPK:3325329~pagePK:34370~piPK:34424~theSitePK:1074931,00.html>, accessed: Jul., 2011

ومع تضيق أوضاع الائتمان وانخفاض مستوى تقبل المخاطر، توقع البنك الدولي أن يتقلص نمو الاستثمارات في بلدان العالم النامية من ١٣% في عام ٢٠٠٧ إلى ٣.٥% في عام ٢٠٠٩.

أما بالنسبة لتأثير الأزمة علي زيادة معدلات البطالة فقد أشار مكتب العمل الدولي في تقريره السنوي "اتجاهات الاستخدام العالمية يناير ٢٠١٠" إلى أن عدد العاطلين عن العمل وصل إلى ما يقارب ٢١٢ مليون في جميع أنحاء العالم في عام ٢٠٠٩، أي بزيادة غير مسبوقة في عدد العاطلين عن العمل بلغت ٣٤ مليوناً مقارنة بالعام ٢٠٠٧.

وفي منطقة الشرق الأوسط، لم ترتفع معدلات البطالة بشكل كبير خلال الفترة ٢٠٠٧-٢٠٠٩ سوي بحوالي ٩.٣% وفي شمال أفريقيا تم تقدير المعدل العام للبطالة إلى ١٠.٥% في عام ٢٠٠٩ وكان من المتوقع أن يظل مرتفعاً في عام ٢٠١٠ بمعدل ١٠.٦% عام ٢٠٠٩^(١).

أما بالنسبة لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقية فقد اشار البنك الدولي الي أن معدل النمو في اجمالي الناتج المحلي في حدود ٢.٩% في عام ٢٠٠٩ مقابل ٤.٣% عام ٢٠٠٨، كما توقع نموا في ٢٠١٠ يقدر بحوالي ٣.٧%، ٤.٤% عام ٢٠١١^(٢).

وقد تسبب تباطؤ النشاط الاقتصادي وانخفاض الطلب على العمالة في أوروبا (المنطقة المستقبلية للعمالة والصادرات من دول المنطقة) على

١- مكتب العمل الدولي، اتجاهات الاستخدام العالمية ٢٠١٠: www.ilo.org/public/arabic/region/arpro/.../press_release_27012010.pdf, accessed: May, 2009.

٢- البنك الدولي، الأفاق الاقتصادية ٢٠١٠ لمنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTARABICHOME/EXTARABICCOUNTRIES/MENAINARABICEXT/0..contentMDK:22450474~pagePK:146736~piPK:226340~theSitePK:475954,00.html>, accessed: July, 2009.

مدى عام ٢٠٠٩ في تراجع تنفق تحويلات العمال إلى البلدان النامية (الاقتصادات المتنوعة)^(١) بهذه المنطقة بنسبة ٦.٣ % خلال العام وذلك على النقيض من المكاسب القوية التي بلغت ٢٣% و ١١.٣% خلال عامي ٢٠٠٧ و ٢٠٠٨ على التوالي وقد كانت مصر هي الأكثر تضرراً في ضوء تراجع التحويلات بنسبة ٩ % بينما شهد المغرب انخفاضاً بنسبة ٨ % . أما الأردن ولبنان وتونس فقد شهدت انخفاضاً في التحويلات بنسب تراوحت من ١ % إلى ٣%^(١).

حدثت أيضاً أزمة ثقة بأسواق رأس المال حيث انخفضت الرسالة السوقية للبورصات العالمية خلال العام ٢٠٠٨ من ٦٢.٧٤٧ تريليون دولار إلى ٣٢.٥٧٥ تريليون دولار أي بحوالي -٤٨%.

تأثرت أيضاً البورصات العربية جراء الأزمة وفقدت حوالي ٦٠٠ مليار دولار منذ بداية العام ٢٠٠٨ وحتى سبتمبر ٢٠٠٩ ويرجع ذلك إلى انخفاض أسعار النفط حيث إن معظم اقتصادات بلدان الخليج العربي ما تزال تعتمد بنسب كبيرة على العائدات النفطية.^(٢)

ووفقاً للتقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠١٠ فقد تباينت تأثيرات الأزمة على أسواق المال في الدول العربية الإسلامية، وذلك بحسب طبيعة اقتصاداتها ودرجة انفتاحها وارتباطها بالاقتصاد العالمي ويمكن تصنيف الدول العربية إلى ثلاث مجموعات في هذا الإطار فالمجموعة الأولى هي دول مجلس التعاون الخليجي التي تتسم بأنظمة مالية وتجارية معتمدة على الأسواق المالية العالمية؛ لذا تقدر الخسائر في القيمة السوقية للأسواق الخليجية بنحو ٤١ % أو ما يعادل ٤٠٠ مليار دولار خلال الفترة سبتمبر - ديسمبر ٢٠٠٨. وأصبحت عدوى أسواق الأسهم الخليجية بالأزمة العالمية ظاهرة بصورة واضحة غير أن المصارف الخليجية تمكنت، بصورة عامة، من تحقيق نتائج مالية جيدة نسبياً في نهاية ٢٠٠٩،

* يقصد بها في التقرير الاقتصادات غير المعتمدة بالأساس على النفط

١- نفس المرجع السابق.

٢- فادي خلف، مرجع سابق

جدير بالذكر ان النتائج المحلي الاجمالي في هذه المجموعة في عام ٢٠٠٩ قد بلغ معدل نموه ٠.١% بينما كان بين عامي ٢٠٠٦-٢٠٠٨ حوالي ٥.٣%

أما المجموعة للثانية فتعتبر أسواق المال فيها غير مرتبطة ارتباطاً مباشراً بالأسواق العالمية، إلا أن اقتصاداتها تعتمد على الإيرادات النفطية، وبالتالي فإن الطلب العالمي والأسعار العالمية للنفط تؤثر على السياسة المالية المتبعة في هذه الدول، ولم يتأثر القطاع المصرفي والمالي المحلي في دول هذه المجموعة بتداعيات الأزمة (الجزائر، السودان، ليبيا واليمن) لكونه أكثر انغلاقاً أمام الاستثمار الأجنبي بالإضافة إلى صغر حجم التداول.

إلا أن اقتصادات دول المجموعة تأثرت نتيجة انخفاض الطلب على النفط والناجم عن الركود في الاقتصاد العالمي من جراء الأزمة المالية العالمية، وقد تراجع حجم الصادرات النفطية لدول المجموعة بنسبة ٢٨% في المتوسط في عام ٢٠٠٩، مقارنة بنسبة انخفاض بلغت ٢% في عام ٢٠٠٨، وقد انخفض معدل نمو الناتج المحلي الاجمالي الي ٢.٨% بعد ان كان قد بلغ ٣.٦% بين عامي ٢٠٠٦-٢٠٠٨.

أما المجموعة الثالثة (تونس، سورية، لبنان، مصر، المغرب، الاردن) فقد انتقلت الصدمات الخارجية إلى اقتصاداتها من خلال ارتباطها التجاري الوثيق بأسواق الدول المتقدمة كالاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة. سواء في جانب المعاملات السلعية، او الخدمات كإيرادات السياحة، وتحويلات العاملين بالخارج وتدفقات الاستثمارات الأجنبية المباشرة. مما يعني تراجع أداء قطاعاتها التصديرية، وتراجع التدفقات المالية إليها، وقد بلغ معدل نمو الناتج المحلي الاجمالي ٤.٥% بينما كان حتي عام ٢٠٠٨ ٦.١%^(١)

١- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي للعربي الموحد ٢٠١٠، تداعيات الأزمة المالية العالمية علي اقتصادات الدول العربية، ص ص ٢٠٣-٢٢٣.

يتضح من العرض السابق:

١- أهمية وضرورة عودة دور الدولة في النشاط الاقتصادي والرقابة علي الأسواق وهذا ما اكدت عليه كل من دراسة الياس سابا^(١) ودراسة منير الحمش^(٢) ٢٠٠٩، كما اتضح ان معالجة مثل هذه الازمات اكبر من ان تترك لدولة واحدة و انما تتطلب تحركا جماعيا من اجل الوصول الي حلول ممكنة^(٣).

٢- ان الأزمة المالية العالمية انعكست أثارها في تراجع معدلات النمو الاقتصادي في كافة الأنشطة الاقتصادية خاصة تلك التي تتعامل مع الاقتصاد الدولي^(٤)، وتعتبر السياحة الدولية من أكثر الأنشطة الاقتصادية حساسية لمثل هذه الأزمات؛ لذا سوف يتم فيما يلي تحليل أثر الأزمة المالية العالمية على السياحة الدولية مع إشارة خاصة للدول العربية الإسلامية.

ثالثاً: أثر الأزمة المالية العالمية على السياحة الدولية مع إشارة خاصة للدول العربية الإسلامية:

تعتبر السياحة الدولية من أكثر القطاعات الاقتصادية تأثراً بالأزمة المالية العالمية نظراً لما يتسم به الطلب السياحي الدولي من الحساسية للازمات خاصة وأن الأزمات سواء أكانت طبيعية أو بشرية لها من القدرة ما يؤدي إلى تعطيل صناعة السياحة بالكامل خاصة الازمات المالية؛ ففي ظل عدم الاستقرار الاقتصادي وخاصة أثناء الأزمات المالية تتزايد معدلات البطالة وتخفض معدلات نمو الناتج الكلي مما يؤثر بشكل

١- الياس سابا، " الأزمة المالية العالمية : اسبابها و انعكاساتها "، *المستقبل العربي*، العدد ٣٦٠، فبراير ٢٠٠٩، ص ٢٣.

٢- منير الحمش، "السياسات الاقتصادية الكلية في ظل الأزمة العالمية الراهنة"، *بحوث اقتصادية عربية*، العدد ٤٧، صيف ٢٠٠٩، ص ٢٧.

٣- عبد المجيد قدي، "الأزمة الاقتصادية الأمريكية و تداعياتها العالمية"، *بحوث اقتصادية عربية*، العدد ٤٦، ربيع ٢٠٠٩، ص ص. ٢٥-٢٨

٤- سلطان أبو علي، مرجع سبق، ص ص ١٠ : ١٧

مباشر على الدخل الحقيقي للأفراد^(١) حيث تظهر في هذه الحالة استجابة ملموسة من الطلب السياحي للتغيرات في الظروف الاقتصادية السائدة في السوق بما لا يسمح بوجود هامش في دخول الأفراد لتوجيهه للسفر والسياحة خاصة وأن الإنفاق على السياحة يمثل بنوداً من بنود ميزانية الشخص يتنافس مع بنود أخرى خاصة بالنسبة لذوى الدخل المحدودة والمتوسطة وفوق المتوسطة.^(٢)

وقد أشارت عدد من الدراسات إلى أن الدخل الحقيقي أكثر المتغيرات الاقتصادية تأثيراً على الطلب السياحي الدولي مثل دراسة (Manuel & Croes2000) ودراسة (Vanegas & Croes2000) والتي رأت أن الدخل الحقيقي للسائحين الأمريكيين الزائرين لمنطقة Aruba كانت عاملاً هاماً ومؤثراً على التدفق السياحي للمنطقة^(٣)، هذا بخلاف ارتفاع مرونة الطلب الداخلية للسياحة خاصة في ظل الازمات المالية ، وتنعكس آثار الأزمة على:

(أ) انخفاض في الطلب السياحي أو تغيير اتجاهاته حيث تستبدل بالسياحة للمقاصد البعيدة السياحة الداخلية أو السياحة للدول المجاورة.

(ب) انخفاض حجم الإيرادات السياحية ومتوسط الإقامة، ومتوسط الإنفاق.

(ج) توقف إقامة الاستثمارات السياحية الجديدة أو تأجيلها، وظهور تكاليف إضافية للقائم منها فضلاً عن القيام بتسريح

١- جلييلة حسنين، الطلب السياحي الدولي و التنمية السياحية في مصر، الإسكندرية: مطبعة سامي، ١٩٩٤، ص ص٨٦، ٨٥

٢- صلاح عبد الوهاب، التسويق السياحي : القومي والتجاري، الناشر المؤلف، ١٩٩٦، ص ٩٢

3- Wang, Y.S, "The impact of crisis events and macroeconomic activity on Taiwan's international inbound tourism demand", *Tourism management*", Vol. 30 No.1 , 2009, p76.

العمالة أو تخفيضها سواء بالاحتفاظ فقط بالعمالة الماهرة أو متعددة المهارات^(١).

ولقد واجه الاقتصاد العالمي عدداً من الأزمات المالية التي انعكس أثرها على حجم التدفق السياحي لبعض المقاصد وانخفاض إيراداتها من السياحة، وكان أبرزها الأزمة المالية الآسيوية صيف ١٩٩٧ والتي بدأت باقتصاد تايلاند ثم انتشرت العدوى إلى باقي دول جنوب شرق آسيا وتوقع الخبراء والمحللون الماليون استمرارها لمدة عشر سنوات حتى تستعاد الثقة في اقتصاد المنطقة، وقد أدت هذه الأزمة إلى التأثير على معدلات النمو السريع في السياحة الدولية^(٢) والتي حققتها منطقة آسيا والباسيفيك (وفقاً لإحصاءات UNWTO) خلال الفترة بين ١٩٨٠ - ١٩٩٥ حيث كانت أعداد السائحين تنمو بمعدل يقدر بحوالي ١٠%، وكذا الإيرادات السياحية التي كانت تنمو بنسبة ١٥%، وعلى إثر الأزمة انخفضت معدلات النمو السياحي، والإيرادات السياحية إلى ١.١%، ٢% على الترتيب وذلك في عام ١٩٩٧^(٣). وفي عام ٢٠٠١ كانت هناك الأزمة المالية الأسوأ في تاريخ تركيا الحديث والتي انعكس أثرها على القطاع السياحي خاصة في شمال قبرص من خلال انخفاض قابلية المشروعات السياحية لدى البنوك كمشروعات استثمارية.

أما بالنسبة للأزمة المالية التي بدأت عام ٢٠٠٨ فهي تختلف عن الأزميتين السابقتين بأن تأثيرها لا يقتصر فقط على السياحة الدولية في دولة بعينها أو إقليم سياحي محدد بل يمتد إلى أقاليم العالم كافة.

1- Handerson, J.C "Managing the Asian financial crisis: tourist attractions in Singapore ", *Journal of Travel Research*, Vol. 38 No. , Nov. 1999, P. 179.

2 -Ibid, p.178

3- Singh, A., "Asia pacific tourism industry: current trends and Future outlook, ([www.hotel-online.com/ Trends /AsiaPacific Jounal / Asia Pacific Tourism outlook -1997 .html](http://www.hotel-online.com/Trends/AsiaPacificJounal/AsiaPacificTourismoutlook-1997.html), accessed: October, 2009.

(أ) الآثار على الأجل القصير:

يمكن توضيح الآثار التالية^(*):

١- انخفض معدل نمو السياحة الدولية بصفة عامة إلى ٢% في النصف الثاني من عام ٢٠٠٨ بينما كان خلال السنة أشهر الأولي قد وصل إلى ٦% تقريبا ثم جاءت الإحصاءات النهائية للعام لتشير إلى أن معدل نمو السياحة الدولية لم يتعد ٢% حيث بلغ عدد السائحين ٩١٩ مليون سائح عام ٢٠٠٨، بعد أن كان عندهم عام ٢٠٠٧ حوالي ٩٠١ مليون سائح وبقالبينات المنظمة الصادرة في عام ٢٠١٠ بينما كان معدل النمو عام ٢٠٠٧ حوالي ٦% حيث كان عدد السائحين يبلغ ٨٥٣ مليون سائح عام ٢٠٠٦ وفقا لبينات المنظمة الصادرة في عام ٢٠٠٩^(**)

٢- شهدت كافة مناطق العالم السياحية نموا في أعداد السائحين ولكن بمعدلات أقل من العام السابق علي الأزمة فقد شهدت أوروبا معدل نمو مقدر بحوالي ٠.٤% فقط بعد أن كان مقدرا بأكثر من ٤% عام ٢٠٠٧، أما آسيا والباسيفيك فقد حققت معدل نمو ١.١% بعد أن كانت حوالي ٩.٦% عام ٢٠٠٧، الأمريكتين ٢.٨% بعد أن كانت حوالي ٥% عام ٢٠٠٧، إفريقيا ٢.٥% بعد أن بلغت عام ٢٠٠٧ حوالي ٨.٤% .

أما بالنسبة لمنطقة الشرق الأوسط التي تضم غالبية الدول العربية الإسلامية فقد شهدت أفضل أداء لعام ٢٠٠٨ مقارنة بباقي المناطق حيث كان معدل النمو السياحي في عام ٢٠٠٨ مقدرا بحوالي ١٩%، بعد أن كان مقدرا عام ٢٠٠٧ بحوالي ١٤% كما حققت منطقة شمال افريقية معدل نمو ٥% ولكنه يقل عن معدل النمو عام ٢٠٠٧ والذي كان مقدرا بحوالي ٨.٥%.

* تم الاستعانة في هذا الجزء بالمرجع التالية:

UNWTO, UNWTO Tourism Highlights 2010 edition, pp. 4-9

UNWTO, UNWTO Tourism Highlights 2009 edition, pp. 4-9

UNWTO, UNWTO Tourism Highlights 2008 edition, pp 3-8

UNWTO, World tourism Barometer, Vol. 7, No. 1, 2009, p 6.

** كما تم حساب معدلات نمو عام ٢٠٠٧ بمعرفة الباحثة.

٣- أما بالنسبة للإيرادات السياحية فقد انخفض معدل النمو في الإيرادات السياحية في العالم بصفة عامة من ١٥% عام ٢٠٠٧ إلى ما يقارب ١٠% عام ٢٠٠٨. كما انخفض معدل نمو الإيرادات السياحية في أوروبا من ١٥% عام ٢٠٠٧ إلى ما يقارب ٩% عام ٢٠٠٨، وفي آسيا و الباسيفيك من حوالي ٢٠% عام ٢٠٠٧ إلى ١٠.٣% عام ٢٠٠٨، وفي افريقية من ١٨.٣% عام ٢٠٠٧ إلى نسبة ١٥%، أما بالنسبة للأمريكتين فقد كان الانخفاض في معدل نمو الإيرادات السياحية طفيفا من ١١% عام ٢٠٠٧ إلى ما يقارب ١٠% عام ٢٠٠٨.

• ومثلما حققت منطقة الشرق الأوسط نموا كبيرا في معدل النمو السياحي كان معدل نمو الإيرادات السياحية قد زاد من ١٤% عام ٢٠٠٧ إلى ١٦% عام ٢٠٠٨، أما بالنسبة لمنطقة شمال افريقية فقد زاد معدل نمو الإيرادات بنسبة ٥% تقريبا من ١٠.٢ مليار دولار عام ٢٠٠٧ إلى ١٠.٧ مليار دولار عام ٢٠٠٨، ولكنه يقل عن معدل النمو عام ٢٠٠٧ والذي كان مقدرا بحوالي ١٧%.

٤- اتضح تأثير الأزمة على السياحة الدولية بصفة عامة عام ٢٠٠٩ بشدة حيث انخفض معدل للنمو السياحي بنسبة -٤% أي نحو الاتجاه السالب ليصل أعداد السائحين إلى ٨٨٠ مليون سائح، كما انخفضت الإيرادات السياحية بمعدل يقارب -١٠% خاصة مع انتشار فيروس أنفلونزا H1N1.

٥ - بالنسبة لمناطق العالم السياحية عام ٢٠٠٩ فقد شهدت أوروبا معدل انخفاض حوالي -٥.٦%، والأمريكتين ما يقارب -٥% بينما كان الانخفاض في معدل النمو السياحي في آسيا و الباسيفيك طفيفا حيث يبلغ -١.٦%، وفي افريقيا كان معدل النمو ايجابيا (٣.٢%)، أما بالنسبة لمنطقة الشرق الأوسط فقد انخفض معدل نمو السياحة الدولية بنسبة -٥% عن عام ٢٠٠٨ حيث كان أعداد السائحين بالمنطقة ٥٥.٦ مليون سائح ثم انخفضت إلى ٥٢.٩ مليون سائح عام ٢٠٠٩. بينما كان معدل نمو السياحة الدولية في منطقة شمال افريقية يسير في الاتجاه الايجابي ويقدر بحوالي ٢.٥% عام ٢٠٠٩ حيث بلغت أعداد السائحين في ١٧.٧

مليون سائح بينما كانت ١٧.٢ مليون سائح عام ٢٠٠٨. وعلى الرغم من انخفاض معدل النمو السياحي في منطقة شمال افريقية عموما عام ٢٠٠٩ بالمقارنة بعامي ٢٠٠٧، ٢٠٠٨ (٥%) إلا أن خبراء منظمة UNWTO قد ارجعوا معدل النمو السياحي الموجب لمقاصد شمال افريقية إلى الدعم القوي من الحكومات لصناعة السياحة من أجل تخطي الأزمة، بالإضافة إلى الأسعار التنافسية التي تقدمها تلك المقاصد مقارنة بالمقاصد الأوروبية الاخرى^(١).

اما بالنسبة للإيرادات السياحية فقد حققت جميع المناطق السياحية نموا سالباً، و كانت اكثر المناطق تائرا لاروبا حيث انخفض معدل نمو الإيرادات السياحية -١٣% ثم الأمريكتين الي -١٢%، تليها افريقيا - ٤.٤% ثم اسيا والباسيفيك -٢.٥%، اما بالنسبة لمنطقة شمال افريقية فقد انخفض معدل نمو الإيرادات السياحية الي -٨.٣%، واخيرا فقد حققت منطقة الشرق الاوسط معدل نمو موجبا بما يقارب ٤%. وقد قامت منظمة UNWTO بعدد من المجهودات لمواجهة الأزمة من خلال خطة محددة هدفها الرئيسي هو أن تستعيد صناعة السياحة عافيتها سريعا وكانت أبرز محاور هذه الخطة ما يلي^(٢):

إيشاء لجنة المقاومة للأزمة (TRC) Tourism Resilience committee

وذلك من أجل مساعدة الأعضاء في تحليل السوق واستخدام أفضل الممارسات لمواجهة الأزمة^(٣) وتتعدد هذه اللجنة مرتين في يناير، ومارس، كما عقدت استثنائيا في أكتوبر ٢٠٠٩ في كازاخستان في إطار المجلس العام للمنظمة وذلك فيما يتعلق بمؤسسات الأعمال الخاصة

1- UNWTO, UNWTO Tourism Highlights 2009 edition, Op.cit, p. 8.

2- UNWTO, Tourism and economic stimulus - Initial assessment Madrid, update 01 July 2009 PP.5:17

* قامت المنظمة بعمل استبيان لقياس أثر الأزمة على السياحة لأعضاء المنظمة.

واستراتيجياتها وكذلك ما يتعلق بما تتخذه الدول من خطط لتنشيط الطلب السياحي.

ب- التحفيز: حيث دعت المنظمة الحكومات إلى وضع السياحة في أولويات القطاعات الاقتصادية من أجل الحفاظ على العمالة، والإبقاء على قطاع الأعمال السياحي بالإضافة لاستعادة الثقة في السياحة والسفر. وعليه فقد أعطت المنظمة بعض الخطوط الإرشادية التي استعانت بها الدول الأعضاء بصورة جزئية أو كلية كمعايير للتحفيز للصناعة مثل:

- ١] معايير مالية: كتقليل الضرائب والرسوم لتقليل الضغط على الأعمال والمستهلكين .

- ٢] معايير نقدية: كالمميزات المالية لشركات النقل البحري والجوي، وتقديم مصادر تمويلية للصناعة.

- ٣] إجراءات تسويقية: يقصد بها الأنشطة الدعائية والترويجية التي تستهدف أسواقا محددة.

- ٤] بعض الإجراءات لحماية العمالة.

- ٥] الشراكة بين القطاعين العام والخاص.

- ٦] معايير تسهيل السفر كالإجراءات المتعلقة بالفيزا وإجراءات وقود السفر.

- ٧] تشجيع التعاون الإقليمي بين المقاصد المتقاربة جغرافيا وتسهيل السفر بينها، وتبادل المعرفة الفنية، والترويج المشترك

وفيما يلي سوف يتم استعراض تأثير الأزمة المالية العالمية على بعض الدول العربية الإسلامية مع إلقاء الضوء على ما اتخذته من تدابير لمواجهة الأزمة والتخفيف من حدة آثارها بالاستعانة بالخطة السابق ذكرها.^(٥)

* راجع أيضا :

UNWTO, 1st Report on the Implementation of the Roadmap for Recovery – March 2010

● المملكة العربية السعودية

حاولت المملكة اتخاذ الإجراءات التالية من أجل تلافي آثار

الأزمة:

- قامت شركة الطيران الوطنية بتخفيض أسعار تذاكرها ما بين ٣٠ - ٣٥ ٪، خاصة بعض المدن الأوروبية وبعض العروض للطلبة لقضاء أجازاتهم داخل المملكة.
- تشجيع السياحة الداخلية، ومحاولة تقديم خدمات للسائحين الداخليين لا تقل في جودتها عن تلك المقدمة للسائحين الدوليين.
- بالاشتراك مع صندوق تنمية الموارد البشرية، وتحت إشراف وزارة العمل تم إنشاء لجنة للإشراف علي برنامج تدريبي لرفع كفاءة الراغبين في الحصول علي فرصة عمل في صناعة السياحة on-job training program وذلك لفترة محددة بعدها يصبح العامل مؤهلا لأداء مهام الوظيفة المطلوبة.
- زيادة المخصص المالي للترويج للسياحة عام ٢٠٠٩ إلى (٣٥٨ مليون ريال سعودي) من ميزانية السياحة، وقد كان المخصص عام ٢٠٠٨ حوالي ٣٤٧ مليون دولار وفي ٢٠٠٧ كان ٢٢٢ مليون دولار.^(١)

علي الرغم من كل هذه المجهودات فإن فيروس انفلونزا H1N1 كان له اثر تضامني مع الأزمة المالية علي السياحة الدولية الوافدة الي المملكة عام ٢٠٠٩ حيث كان معدل النمو السياحي سالباً (حوالي -٢٦ ٪) فقد انخفض عدد السائحين الدوليين الوافدين إلي المملكة الي حوالي ١٠.٨٩ مليون سائح بعد أن كان قد بلغ عام ٢٠٠٨ حوالي ١٤.٨ مليون سائح بزيادة قدرها ٢٨ ٪ عن عام ٢٠٠٧. الا ان هناك زيادة طفيفة في حجم الايرادات السياحية عام ٢٠٠٩ بمعدل اقل من ١ ٪ حيث كانت الايرادات مقدره بحوالي ٥.٩١٠ مليار دولار عام ٢٠٠٨ ثم أصبحت ٥.٩٦٤ مليار دولار عام ٢٠٠٩.^(٢)

1- UNWTO, *Tourism and economic stimulus*, op.cit.

2- UNWTO, *UNWTO World Tourism Highlights, 2010*, op.cit, p. 9

• مصر:

أشارت بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة و الإحصاء أن عدد السائحين عام ٢٠٠٨ قد بلغ ١٢.٨ مليون سائح بزيادة قدرها ١٦.٤ % بالمقارنة بعام ٢٠٠٧^(١)، ووفقا للبيانات الصادرة عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري بدأ تأثير الأزمة يتضح عام ٢٠٠٩ في صورة انخفاض أعداد السائحين بمعدل قدره -٢.٣ % حيث بلغ عددهم عام ٢٠٠٩ حوالي ١٢.٥ مليون سائح^(٢).

اما بالنسبة للإيرادات السياحية فقد ارتفعت من ٩.٣ مليار دولار عام ٢٠٠٧ الي ١١ مليار دولار عام ٢٠٠٨، بينما انخفضت عام ٢٠٠٩ بمعدل -١.٨ % حيث بلغت ١٠.٨ مليار دولار^(٣).

وكانت مصر قد وضعت خطة للتخفيف من حدة تأثير الأزمة حيث قام وزير السياحة في الاجتماع الأول للجنة مقاومة الأزمة بمنظمة (UNWTO) بالإدلاء بإستراتيجية مصر في هذا الشأن وتتمحور في النواحي التالية :

١[تقوية للروابط مع الأسواق السياحية المصدرة بالحملة الترويجية خاصة دول الشرق الأوسط وشرق أوروبا عبر خطوط الطيران العارض والمنظم وذلك من خلال اتخاذ إجراءات مثل تخفيض رسوم الهبوط والإقلاع والخدمات الأرضية ويتم إعفاء رحلات الطيران العارض نهائيا من هذه الرسوم في حال إجراء ١١ رحلة إلي جهات محددة في غضون ثلاثة أشهر.

١- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لإحصاءات السياحة عام ٢٠٠٨، أبريل ٢٠٠٩:

(<http://www.capmas.gov.eg/nashrat43.htm>), accessed : Jul., 2010

٢- مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، إجمالي عدد السائحين الوافدين إلي مصر في سلسلة زمنية ٣١-١٢-١٩٨٢ إلي ٣١-١٢-٢٠٠٩:

<http://www.cip.gov.eg/nds/nds.aspx>, accessed: August, 2010.

3- UNWTO, UNWTO World Tourism Highlights, 2010, op.cit.

٢] ترويج مصر علي أنها مقصد لأصحاب الميزانيات المحدودة من خلال تقديم رحلات مميزة كعروض خاصة بدلاً من تقديم الرحلات القائمة بأسعار منخفضة وذلك حتى لا يكون من الصعب العودة للأسعار الأولى مرتفعة الثمن قبل الأزمة ويعد ذلك أسلوباً ترويجياً بديلاً للرحلات الشاملة.

٣] إقامة مفاوضات مع البنوك لإعادة جدولة وتسهيل قروض المستثمرين السياحيين لمساعدة الصناعة علي البقاء والاستمرار

٤] إقامة مائدة مستديرة لاتخاذ مدخل تشريحي تكتيكي للتسويق بين القطاع الخاص ووزارة السياحة لتحديد الخطوات الملزمة أثناء الأزمة وتقييم أثارها بمعدل نصف شهري

٥] دعم رحلات الشارتر ورحلات الناقلات LCC منخفضة التكلفة وذلك في الأسواق السياحية الرئيسية ويرجع الدافع إلي ذلك إلي أن أغلب الناقلات تعمل أثناء الأزمة بأقل من طاقتها الاستيعابية

٦] إعفاء الفنادق وشركات النقل السياحي من رسوم التنشيط الواجب دفعها للحكومة^(١)

وقد كانت هذه الجهود سببا في احتلال مصر المرتبة ٦٤ من بين ١٣٠ دولة عام ٢٠٠٩ في مقابل المركز ٦٦ في عام ٢٠٠٨ وذلك وفقا لتقرير تنافسية السفر والسياحة لعام ٢٠٠٩ والصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي.^(٢)

وقد قامت عدد من الدراسات إثر حدوث الأزمة بوضع رؤية لتأثير الأزمة الاقتصادية العالمية علي القطاع السياحي بمصر ومنها دراسة وسيم محي الدين ٢٠٠٨ والتي توصلت إلي أن انخفاض أسعار

1- UNWTO, tourism and economic stimulus –Initial assessment, op.cit,p.68,69

٢- جمهورية مصر العربية، مجلس الوزراء المصري، أداء الحكومة في ٥ سنوات ٢٠٠٤ - ٢٠٠٩؛

(www.cabinet.gov.eg/Govperformance/secA-t.pdf), accessed : 28Sep., 2009.

الوقود وبالتالي انخفاض أسعار تذكار السفر قد يكون سببا في تنفد السائحين إلى مصر مما يعد أثرا إيجابيا للآزمة كذلك أكدت هذه الدراسة أنه من الضروري تشجيع السياحة العربية وتقديم برامج سياحية جذابة لها والتي قد تكون سببا رئيسيا في انتعاش السياحة في ظل الأزمة^(١).

• سوريا

استطاعت سوريا أن تقوم بعدد من الإجراءات التي أدت بها إلى تفادي آثار الأزمة المالية العالمية التي كان من الممكن أن تظهر عام ٢٠٠٩ حيث تم:

تنفيذ الحملة التسويقية التي أطلقتها وزارة السياحة للترويج للمقصد السوري بتمثيله في عدد من المعارض الأوروبية، كما تم تسهيل إجراءات الحصول على الفيزا خاصة بالنسبة للسائحين العراقيين بعد تقييد الحصول عليها لمدة تزيد عن ١٧ شهرا، مع إعلان ذلك بوكالة الأنباء السورية SANA بالإضافة الي قيام شركة الطيران الوطنية بزيادة أعداد رحلاتها لجذب السياحة البيئية خاصة رحلات دبي، أبو ظبي، الشارقة والدوحة^(٢).

وقد حقق إنفاق السياح الدوليين عام ٢٠٠٨ للزيادة في الإيرادات مقدرة بحوالي ١٠.٣ % حيث كانت تبلغ حوالي ٢.٩ مليون دولار عام ٢٠٠٧ بينما بلغت حوالي ٣.٢ مليون دولار عام ٢٠٠٨^(٣).

كما انعكس ذلك في صورة زيادة في أعداد السائحين عام ٢٠٠٩ بمعدل قدره ١٣.٣ % حيث كان عددهم مقدرا بحوالي ٥.٤ مليون سائح عام ٢٠٠٨ و بلغ حوالي ٦ مليون سائح وقد حدثت زيادة في اعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الاسلامية عام ٢٠٠٩ الي ٣.٦ مليون سائح بعد ان كانت ٣.٣ مليون سائح عام ٢٠٠٨ بمعدل زيادة حوالي قدره ٩ %^(٣).

١- وسيم محي الدين مرجع سابق، ص ص ٦، ٧

2-UNWTO, Tourism and economic Stimulus, Initial assessment, P. 72.

* راجع الفصل الثاني.

٣- وزارة السياحة السورية، تطور عدد السياح حسب الجنسية والسنوات ٢٠٠٠ - ٢٠٠٩ :

<http://www.syriatourism.org>, accessed: Dec., 2010.

• الأردن

تحققت زيادة في أعداد السائحين عام ٢٠٠٨ تقدر بحوالي ٨.٥% حيث بلغ أعداد سائحي المبيت ٣.٧٢ سائح بينما كان عددهم ٣.٤٣ مليون سائح في ٢٠٠٧، بالإضافة الي زيادة الدخل السياحي بنسبة ٢٧.٣% عام ٢٠٠٨ مقارنة بعام ٢٠٠٧ حيث قدر الدخل السياحي بحوالي ٢.٩٤٣ مليار دولار وكان ٢.٣١١ مليون دينار^(١).

وقد حدثت زيادة السياحة البيئية للوافدة الي الاردن بنسبة ٥% تقريباً حيث زادت اعداد هؤلاء السائحين من ١.٨١ عام ٢٠٠٨ الي ١.٩٠ عام ٢٠٠٩.

وتشير البيانات إلي أن الأردن أحد أهم الدول العربية الإسلامية التي استطاعت تجاوز آثار الأزمة المالية العالمية علي السياحة الدولية في عام ٢٠٠٨، وقد كان لجهود وزارة السياحة دور كبير في ذلك حيث حاولت اتخاذ عدد من التدابير لمحاولة التخفيف من آثار الأزمة وتقليل الخسائر من خلال:

(أ) تشكيل فريق من القطاعين العام والخاص لمتابعة المتغيرات السياحية بالمملكة علي أن تجتمع مرة كل أسبوعين
(ب) تقليل الأسعار وضرائب المبيعات في الفنادق من ١٤% إلي ٨% .

(ج) إنشاء موقعين الكترونيين للترويج لعناصر الجذب الرئيسية بالمملكة.

(د) ترويج المملكة في الأسواق الناشئة مثل البرازيل، الأرجنتين، تشيلي.^(٢)

١- المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة والآثار، النشرة الإحصائية السياحية، المجلد الخامس، العدد الرابع، ٢٠٠٩

http://www.locateme.jo/stat2009_4/stat.htm , accessed: Aug., 2010.

2-UNWTO, **Tourism and economic Stimulus, Initial assessment**, opcit,p.69.

ووفقا لبيانات وزارة السياحة والآثار فقد بلغ عدد السائحين عام ٢٠٠٩ حوالي ٣٧٨٨٨٩٦٠ سائح بمعدل زيادة قدره ٢.٧ % بالمقارنة بعام ٢٠٠٨^(١)، اما بالنسبة للإيرادات السياحية فقد اشارت بيانات UNWTO الي انخفاض يقدر بحوالي ١% حيث بلغت الإيرادات السياحية حوالي ٢.٩١١^(٢).

• لبنان

كان عام ٢٠٠٨ قد سجل زيادة في إجمالي عدد السائحين الدوليين بما يقدر بحوالي ٣٠% حيث كان عدد السائحين في عام ٢٠٠٧ مقدرا بحوالي ١.٠١٧ مليون سائح بينما بلغ عددهم في عام ٢٠٠٨ حوالي ١.٣٣٣ مليون سائح و استمرت لبنان في تحقيق زيادة في أعداد السائحين خلال عام ٢٠٠٩ تقدر بحوالي ٤٦% بالمقارنة بعام ٢٠٠٨ حيث بلغ إجمالي عدد السائحين الدوليين الوافدين إلى لبنان ١.٨٥١ مليون سائح، ووفقا للبيانات الصادرة عن وزارة السياحة اللبنانية يمكن إرجاع هذه الزيادة إلى حدوث قفزة كبيرة في أعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية بنسبة ٤٢ % بالمقارنة بعام ٢٠٠٨ حيث بلغ عدد هؤلاء السائحين حوالي ٧٨٥.٩٨٥ ألف سائح بينما كان عددهم عام ٢٠٠٨ حوالي ٥٤٩.٤٦٣ ألف سائح^(٣).

اما بالنسبة للإيرادات السياحية فقد زادت من ٥.٢ مليار دولار عام ٢٠٠٧ الي ٥.٨ مليار دولار عام ٢٠٠٨ بمعدل يقدر بحوالي ١١.٥ %، الي ان زادت الي ٦.٨ مليار دولار عام ٢٠٠٩ بمعدل قدره ١٧.٢%^(٤).

١- المملكة الأردنية الهاشمية، مرجع سابق.

2- UNWTO , UNWTO Tourism Highlights, 2010, op.cit, p. 9

٣- وزارة السياحة اللبنانية:

<http://www.lebanon-tourism.gov.lb/Ministry/Statistics.aspx>,

accessed: May, 2010.

4- UNWTO , UNWTO Tourism Highlights 2010, op.cit, p. 9.

يدلل ذلك علي أهمية دور السياحة البيئية في تجاوز آثار الأزمة المالية العالمية علي السياحة الدولية في لبنان.

• تونس:

كان معدل النمو السياحي في تونس عام ٢٠٠٨ مقدرا بحوالي ٤.٢ % حيث بلغ عدد السائحين ٧٠٤٩ مليون سائح عام ٢٠٠٨ و كان عددهم حوالي ٦٧٦٢ مليون سائح، كما زادت الايرادات السياحية من حوالي ٢.٦ مليار دولار عام ٢٠٠٧ الي حوالي ٣ مليار دولار عام ٢٠٠٨ بمعدل قدره ١٥.٣ %^(١).

وقد قامت الحكومة التونسية بعدد من الإجراءات منها:

- زيادة ميزانية الترويج خاصة للسوق الأوروبي.
- تطوير المنتجعات السياحية والحفاظ علي نظافتها وجمالها، بالإضافة لزيادة ملاعب الجولف.
- حماية المناطق الأثرية و التاريخية، والترويج للمهرجانات الثقافية.
- إعداد برنامج من أجل النهوض بالفنادق، مع تحديث مراكز الترتيب المهني السياحي وذلك بالتعاون مع الجهات المعنية، بالإضافة إلي تدعيم النقل الجوي^(٢).

وعلي الرغم من الجهود السابق ذكرها الا ان الأزمة الاقتصادية العالمية وانتشار فيروس (H1N1) انعكست في صورة انخفاض علي عدد السائحين الدوليين الوافدين الي تونس عام ٢٠٠٩ انخفاضاً طفيفاً بمعدل - ٢ % حيث بلغت ٦٩٠١ مليون سائح بينما كانت ٧٠٤٩ مليون سائح تقريبا، بينما انخفضت الايرادات السياحية بحوالي - ٦.٧ %^(٣) حيث كانت كانت تبلغ حوالي ٣ مليار دولار وانخفضت الي ٢.٨ مليار دولار.

1-UNWTO, UNWTO Tourism Highlights 2009 Tourism Highlights 2009 edition p. 9.

2-UNWTO, Tourism and economic stimulus-Initial assessment, Op.cit.

3- UNWTO , UNWTO Tourism Highlights 2010, op.cit , p.9

أما بالنسبة للسياحة البيئية فقد زادت أعدادهم من ٢.٨ مليون سائح عام ٢٠٠٨ الي ٣ مليون سائح عام ٢٠٠٩ بمعدل زيادة قدره ٧.٢%.

• المغرب:

حققت المغرب زيادة في أعداد السائحين الدوليين الوافدين عام ٢٠٠٨ حيث بلغ عددهم حوالي ٧٨٧٩ ألف سائح بزيادة تقدر بحوالي ٦.٤% عن عام ٢٠٠٧ حيث كان عددهم حوالي ٧٤٠٨ سائح. أما بالنسبة للإيرادات السياحية لعام ٢٠٠٨ فقد زادت بنسبة ضئيلة أقل من ١% حيث بلغ حجم الإيرادات السياحية حوالي ٧١٦٨ مليار دولار بعد أن كان ٧.١٦٢ مليار دولار عام ٢٠٠٧.^(١)

وقد استطاعت المغرب اتخاذ بعض الإجراءات للحد من تأثير الأزمة من خلال وضع خطة (cap 2009) والتي تم الإعلان عنها في ديسمبر ٢٠٠٨ من أجل الإسراع في مواجهة الأزمة والتي حاولت من خلالها :

١. الحفاظ علي النصيب السوقي للمملكة من الأسواق التقليدية مثل السوق الفرنسي الذي يمثل أكثر من ٢٠% من أعداد السائحين الوافدين للمملكة كما يمثل السوق الانجليزي والاسباني، والألماني والاطالي معا حوالي ١٥% وذلك وفقا لبيانات وزارة السياحة المغربية لعام ٢٠٠٩.^(٢)

٢. الاحتفاظ بجاذبية صورة الدولة في أذهان السائحين من خلال الاتصال المتزايد بمنظمي الرحلات والترويج من خلال الإعلام والانترنت.

1- UNWTO, **Tourism Highlights**, op.cit, p. 9

٢- وزارة السياحة المغربية: التطور السنوي للمؤشرات السياحية الرئيسية ٢٠٠١-٢٠٠٩

<http://www.tourisme.gov.ma/arabe/5-Tourisme-chiffres/ArriveeTouristes.htm>, accessed: May, 2010

٣. جذب أسواق جديدة خاصة السائحين من دول الخليج، روسيا والتركيز على الوجهات السياحية الرئيسية بالمملكة وهي مراكش، فاس، كازابلانكا، وأغادير.

٤. تنمية السياحة الداخلية، الاحتفاظ بالاستثمارات السياحية وتنميتها حيث تضمنت رؤية الوزارة ٢٠١٠ زيادة عدد الغرف الفندقية الي ٨٠ ألف غرفة.^(١)

وقد رصدت لهذه الخطة زيادة في الميزانية تقدر بحوالي ١٠% بما يعادل ١٣.٥ مليون دولار.^(٢)

ووفقا للبيانات الصادرة عن منظمة UNWTO ٢٠٠٩ فقد تحقق لهذه الجهود النجاح وانعكس ذلك علي زيادة في معدل نمو السائحين بحوالي ٦% إلي أن بلغت حوالي ٨٣٤١ ألف سائح بنفس معدل الزيادة للعام السابق، أما بالنسبة للإيرادات السياحية فقد انخفضت الي ٦.٦ مليار دولار بعد ان كانت ٧.٢ مليار دولار بمعدل قدره -٨.٣%.^(٣)

(ب) الآثار على الأجل الطويل: وفق توقعات الخبراء فإن هناك بعض التغيرات في اتجاهات السياحة الدولية يمكن ذكرها كما يلي:

١- التحول للسفر للمقاصد الأقرب جغرافيا بدلا من الرحلات طويلة المسافة، حيث انه سوف تزداد أهمية المقصد الأقرب جغرافيا، وثقافيا، بالإضافة إلي التراجع في أعداد السائحين من المقاصد البعيدة.

٢- الاتجاه نحو أغراض السفر الدينية والثقافية وزيارة الأقارب والأصدقاء خاصة بين المناطق الأكثر قربا في الثقافة وذات اللغة والتاريخ المشترك مثل المنطقة العربية حيث يشعر السائح بالأصالة.

١- وزارة السياحة المغربية، الاتفاق التطبيقي للاتفاق الاطار ٢٠٠١-٢٠١٠ :

www.tourisme.gov.ma, accessed: May, 2009.

2- UNWTO, *tourism and economic stimulus –Initial assessment*, Op.cit, p.22

3- UNWTO, *UNWTO Tourism Highlights 2010*, op.cit, p. 9.

٣- انتشار الزيارات المتكررة REPEAT VISITS وقصيرة المدة ويشجع ذلك قيام وزارات السياحة العربية بالترويج للسياحة البنينة علي وجه الخصوص.

٤- التحول نحو المقاصد ذات المزايا السعرية التي تقدم قيمة مماثلة لما يدفع فيها value for money وكذلك نحو المقاصد التي ترتفع فيها قيمة عملة السائح مقابل عملة البلد المضيف^(١) وقد كانت مصر قد استخدمت للترويج عن نفسها أسلوب الميزة السعرية خاصة مع انخفاض قيمة الجنيه أمام العملات الرئيسية الأخرى.

٥- في ظل تزامن انتشار فيروس أنفلونزا H₁N₁ مع الأزمة المالية العالمية سوف يكون السائح غير مهتم بالحجز قبل السفر بمدة طويلة لذا سوف يستمر نظام الحجز آخر لحظة last minute وعليه يصبح مرونة الاستجابة السريعة ميزة تنافسية لشركات السياحة.

و أخيراً فلن الدروس المستفادة من هذه الأزمة لا تختلف كثيراً عما تم الاستفادة منه من أزمات مالية واجهت قطاع السياحة سابقاً سواء أكان ذلك علي مستوي العالم أو علي المستوي القومي ويمكن تلخيصها كما يلي:

(١) إن حدة تأثير الأزمات المالية علي السياحة يختلف وفقاً لجهود القطاعين العام والخاص في اتخاذ إجراءات تتسم بالمرونة في مواجهة آثار الأزمة.

(٢) وفي ظل أزمة ٢٠٠٨ فقد تبين أنه من الضروري أن يقوم محللو الأزمة بتحديد الأسواق الأكثر تأثراً في المستقبل من أجل محاولة تكثيف الجهود الترويجية أو السعرية التي يجب توجيهها من أجل التخفيف من حدة تأثير الأزمة، وفي حالة الأزمة الراهنة فإن أكثر الأسواق تأثراً هي الدول التي تأثر اقتصادها بشدة جراء الأزمة.^(٢)

1- UNWTO , world Tourism Barometer , op.cit , p.8

٢- إسماعيل محمد العلبي، "الأزمة المالية العالمية وتداعياتها المحتملة علي قطاع السياحة المصري"، ندوة عن الأزمة المالية العالمية وتداعياتها علي الاقتصاد المصري ٢٢ نوفمبر ٢٠٠٨، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، جامعة الإسكندرية، العدد رقم ١ المجلد ٤٦، يناير ٢٠٠٩، ص ٢

٣) إن الدول العربية الإسلامية سوف تستفيد من آثار الأزمة على الأجل الطويل من خلال زيادة السياحة البيئية في ظل الميل نحو السفر للمقاصد الأقرب مع وحدة الدين واللغة بالإضافة الي التاريخ المشترك، وكذلك بفضل الاتجاه نحو أغراض السفر الدينية والثقافية وزيارة الأقارب والأصدقاء خاصة بين المناطق الأكثر قربا في الثقافة وذات اللغة والتاريخ المشترك مثل المنطقة العربية حيث يشعر السائح بالأصالة.

وهذا يتطلب بالضرورة وضع خطط لترويج العمل المشترك في السياحة البيئية وفقا لهذه الفرص المحتملة، وهذا هو الأثر الايجابي اللازمة ؛ لذا فانه من الضروري العمل علي تعظيم هذا الأثر الايجابي، وقد اجتمع بالفعل وزراء السياحة العرب في مايو ٢٠٠٩ باليمن لمناقشة خطة عمل نحو تشجيع السياحة البيئية وقد أشار الأمير سلطان بن سلمان رئيس الهيئة العليا للسياحة والآثار بالسعودية إلي أهمية التعاون السياحي كخطوة مبدئية نحو التكامل الاقتصادي العربي، كما تمت مناقشة مسألة إصدار فيزا موحدة لهذه الدول لأي زائر أجنبي علي غرار شنجن في أوروبا.^(١)

2-UNWTO ،tourism and economic stimulus –Initial assessment, op.cit. 18.

الخلاصة :

تناول الفصل الأول: (أثر المتغيرات الاقتصادية العالمية على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية) حيث تم البدء أولا بتحديد ماهية الدول العربية الإسلامية، ثم استعراض أثر تلك المتغيرات على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية، والذي يعد نقطة البدء من أجل تحديد إمكانيات التعاون فيما بينها في تنمية السياحة الدولية والبيئية في ظل هذه المتغيرات من خلال الاستفادة بآثارها الإيجابية وتتمثل هذه المتغيرات في:

١. اتفاقية تحرير التجارة في الخدمات Gats:

وقد تبين أن الاتفاقية تحمل عدداً من الآثار السلبية والإيجابية علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية وتعكس الآثار السلبية في زيادة حجم التسريبات من الإيرادات السياحية مما لا يمكن الدول العربية الإسلامية من الاستفادة مما تمتلكه من إمكانيات سياحية سواء أكان ذلك من خلال استيراد معدات ومستلزمات الفنادق، ومدفوعات الرحلات الشاملة، تحويلات الأجور والأرباح للشركات الأجنبية أو العاملين الأجانب في الإدارة العليا إلى الخارج، هذا بخلاف تسميط المنتج السياحي لأرضاء رغبات وتفضيلات السائحين وفقاً للمصالح الاقتصادية للشركات الأجنبية بصورة من الممكن أن تؤثر علي الصورة السياحية، مع احتمالات تسريح العمالة وزيادة حجم البطالة.

أما الفرص التي تحملها الاتفاقية فتتمثل في : إمكان زيادة الطلب السياحي الدولي علي مصر؛ نتيجة ما تمتلكه الشركات السياحية دولية النشاط من خبرة إدارية وما تقوم به من أنشطة تسويقية موجهة للأسواق الرئيسية المصدرة للسياحة مع وجود فرص أمام الشركات الوطنية من أجل الاستفادة من الخبرة الفنية والإدارية من خلال الاحتكاك مع المشروعات الأجنبية بما يمكنها من تطبيق معايير الجودة في الخدمات السياحية وخفض أسعارها، بالإضافة إلي رفع كفاءة العاملين في النشاط السياحي من خلال التدريب، هذا بخلاف توفير بيئة تشريعية تتمتع بالشفافية من خلال تعديل الدول لقوانينها بما يتوافق مع إمكان تطبيق الالتزامات التي تتضمنها مبادئ الاتفاقية.

وأخيراً فتح الطريق أمام تكوين كتل سياحي بين الدول العربية الإسلامية بما يمكنها من المنافسة من خلال زيادة حجم السياحة البيئية، والاستثمارات المشتركة وينعكس على القضاء على الصراعات العربية - العربية.

٢. التكتلات الاقتصادية الإقليمية:

وقد تم استعراض أسباب نشأة هذه التكتلات ثم استعراض عدد من التكتلات التي تؤثر على اقتصادات الدول العربية الإسلامية ويمكن تقسيمها إلى :

- تكتلات اقتصادية إقليمية بين الدول المتقدمة : مثل الاتحاد الأوروبي، اتفاقية التجارة الحرة لدول أمريكا الشمالية، كتل الآسيان ، و الأبيك.
- مشروعات الشراكة بين الدول النامية والمتقدمة : متمثلة في الشراكة الأوروبية المتوسطية.

بعد ذلك تم استعراض الآثار السلبية للتكتلات الاقتصادية على الدول العربية الإسلامية متمثلة في زيادة الفجوة الاقتصادية بين الدول المندمجة في كيانات اقتصادية كبيرة والدول العربية الإسلامية، واستمرار التبعية الاقتصادية للدول المتقدمة اقتصادياً بالإضافة الي زيادة المخاطر التجارية مستقبلاً. كما تبين أيضاً عدم التكافؤ في علاقات القوى بين الاتحاد الأوروبي من جهة والدول العربية الإسلامية من جهة أخرى بالإضافة إلى تعويق فرص التعاون الاقليمي المشترك فيما بينها، وكانت كل هذه الآثار السلبية دافعا لضرورة وجود كتل سياحي بين الدول العربية الإسلامية يشكل مقصدا اعظم من اجل تعظيم المنافع المتحققة من السياحة الدولية في اقتصادات المنطقة مما يعني زيادة قدرة دول التكتل علي منافسة المقاصد العظمي الاخرى.

٣. الأزمة المالية العالمية ٢٠٠٨ م :

وقد تم استعراض أسباب الأزمة المالية وتأثيرها على اقتصادات العالم المتقدمة والنامية ومنها الدول العربية الإسلامية والتي تمثلت في تراجع معدلات نمو الناتج المحلي، وزيادة معدلات البطالة وقد تبين ان

تراجع معدلات النمو الاقتصادي كان بشكل خاص في الأنشطة الاقتصادية التي تتعامل مع الاقتصاد الدولي ومنها السياحة الدولية. ثم بعد ذلك استعراض تأثير الأزمة على السياحة الدولية مع إشارة خاصة لعدد من الدول العربية الإسلامية، وقد استطاعت عدد من الدول العربية الإسلامية اتخاذ مجموعة من الإجراءات لمواجهة آثار الأزمة بشكل ملائم من خلال إتباع أحد محاور خطة وضعتها منظمة السياحة العالمية UNWTO سواء أكانت تتعلق باتخاذ بعض الإجراءات التسويقية، أو بعض المعايير المالية كتقليل الضرائب، أو بعض المعايير النقدية كالمميزات المالية لشركات النقل البحري والجوى، وكذلك إجراء تسهيل السفر وتشجيع التعاون الإقليمي بين المقاصد القريبة جغرافياً بخلاف إجراءات حماية العمالة، حيث تم استعراض ما قامت به أهم الدول العربية الإسلامية ذات الوزن السياحي الأهم في هذا الإطار.

وقد تم رصد الدروس المستفادة من الأزمة والمتمثلة في ضرورة قيام القطاعين العام والخاص باتخاذ إجراءات تتسم بالمرونة في مواجهة آثار مثل هذه الازمات ، وكذا في الجهود الترويجية والتسويقية كما تبين أن الدول العربية الإسلامية سوف تستفيد من آثار الأزمة على الأجل الطويل من خلال زيادة السياحة البيئية العربية بما يتطلب ضرورة وضع خطط للعمل العربي المشترك في السياحة الدولية و البيئية ايضا.

الفصل الثاني

الأهمية الاقتصادية للسياحة الدولية

في الدول العربية الإسلامية

الفصل الثاني

الأهمية الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية

مقدمة:

شهدت السياحة الدولية خلال العقود السبعة الماضية نموا كبيرا سواء من حيث عدد السائحين، أو الإيرادات السياحية؛ حيث حققت السياحة الدولية زيادة كبيرة في اعداد السائحين من ٤٣٨ مليون سائح عام ١٩٩٠ الى ٦٨٣ عام ٢٠٠٠ وصولا إلى ٨٨٠ مليون سائح عام ٢٠٠٩^(١) ثم ٩٤٠ مليون سائح عام ٢٠١٠^(٢)، كما زادت الإيرادات السياحية من ٢٦٤ مليار دولار عام ١٩٩٠ ثم ٤٧٨ مليار دولار عام ٢٠٠٩^(٣) حتى بلغت عام ٢٠٠٩ حوالي ٨٥٢ مليار دولار، مما جعلها من أضخم القطاعات الاقتصادية وأكثرها إسهاما في عملية التنمية خاصة في الدول النامية.

وقد تطور نصيب الدول النامية من الحركة السياحية الدولية من ٣٢% عام ١٩٩٠ الي ٤٧% عام ٢٠٠٩^(٤)، وتعتبر كل من منطقة الشرق الأوسط، وشمال أفريقيا والتي تضم الدول العربية الإسلامية من المناطق السياحية الواعدة، والأسرع في معدلات نمو السائحين، والإيرادات السياحية مما كان له اثره علي اقتصاداتها كدول نامية خاصة منذ بداية الالفية الجديدة؛ لذا يسعى هذا الفصل إلى التعرف علي الأهمية الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية ويتم التحقق من ذلك في مبحثين:

المبحث الأول: يتم فيه تحليل المؤشرين الأساسيين المستخدمين في قياس السياحة الدولية وهما عدد السائحين الدوليين الوافدين، والإيرادات السياحية وذلك علي مستوي منطقتي (الشرق الأوسط، وشمال افريقية) ثم

1- UNWTO, World Tourism Highlights, 2010 edition, op.cit, P. 4

2- UNWTO, World Tourism Barometer, Vol.9, Interim update
Aug 2011, p.3

3- UNWTO, World Tourism Highlights, 2010 edition, op.cit, P. 4

4- Ibid, P. 2.

علي مستوي بعض الدول العربية الإسلامية ذات النصيب النسبي الأهم من السياحة الدولية في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقية، وفقا لما هو متاح من بيانات وذلك من خلال رصد تطور حركة السياحة الدولية وإيراداتها (٢٠٠٠-٢٠١١)، مع بيان الأهمية النسبية للسياحة البينية في هذه الدول.

أما المبحث الثاني: فسوف يتعلق بدراسة الأثر الاقتصادي للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية من خلال رصد دورها في خلق فرص للعمل، والإسهام في الصادرات، والنتائج المحلي الإجمالي، والاستثمار، وسوف يتم ذلك علي مستوي لتحليل الفردي للبلدان وفقا لما هو متاح من بيانات.

تمهيد

يتناول الفصل الثاني الأهمية الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية في مبحثين:

الأول: تطور حركة السياحة الدولية وإيراداتها في الدول العربية الإسلامية ذات النصيب النسبي الأهم سياحيا في كل من منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقية وتشمل (المملكة العربية السعودية - مصر - سوريا - الأردن- لبنان -- تونس - المغرب) خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١١) حيث يتناول

أولا: تطور أعداد السائحين الدوليين في الدول العربية الإسلامية (٢٠٠٠-٢٠١١)

ثانيا: الأهمية النسبية للسياحة البينية في الدول العربية الإسلامية وذلك من أجل استكمال الرؤية حول تطور الحركة السياحية في الدول العربية الإسلامية.

ثالثا: تطور الإيرادات السياحية في الدول العربية الإسلامية (٢٠٠٠-٢٠١١)

الثاني: يتناول الأثر الاقتصادي للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية من خلال رصد دورها في خلق فرص للعمل، والإسهام في الصادرات، والنتائج المحلي الإجمالي في الدول العربية الإسلامية السابق ذكرها.

المبحث الأول:

تطور حركة السياحة الدولية وإيراداتها في الدول العربية الإسلامية:

تمهيد:

شهد كل من منطقة الشرق الأوسط، وشمال أفريقيا التي تضم الدول العربية الإسلامية خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١١) نمواً في أعداد السائحين الدوليين مما انعكس على نمو حجم الإيرادات السياحية وفيما يلي سوف يتم استعراض تطور أعداد السائحين الدوليين والإيرادات السياحية في الدول العربية الإسلامية بما يعد مؤشراً مبدئياً للتعرف على الأهمية الاقتصادية للسياحة الدولية في تلك الدول.

أولاً: تطور أعداد السائحين الدوليين في الدول العربية الإسلامية (٢٠١٢-٢٠٠٠):^(١)

(١) منطقة الشرق الأوسط:

تعتبر منطقة الشرق الأوسط من المناطق الواعدة في معدلات نمو السائحين فقد توفقت منظمة السياحة العالمية (UNWTO) معدل نمو سنوي للمنطقة يقدر بحوالي ٦.٧ % في المتوسط^(٢) وذلك حتى عام ٢٠٢٠، مع توقع بوصول نصيب المنطقة عام ٢٠٢٠ إلى ٤.٤ %، إلا أنه وفقاً لتقديرات المنظمة ٢٠١٠ يمثل نصيب منطقة الشرق الأوسط ٦.٤ %^(٣) من حجم السياحة الدولية، ويوضح الجدول التالي تطور عدد السائحين خلال الفترة (٢٠١٠ - ٢٠٠٠):

* جميع الجداول الواردة بالفصل الثاني من اعداد الباحثة كما ان النسب المئوية حُصبت بمعرفة الباحثة وتم التأكد منها من خلال ما هو متاح منها بالفعل في البيانات التي تم الحصول عليها.

1- UNWTO, 2020 Vision,

<http://www.unwto.org>, accessed: Feb., 2010.

2- UNWTO, World Tourism Highlight 2011 edition, p.4.

جدول (١): تطور أعداد السائحين بمنطقة الشرق الأوسط (٢٠١٠ - ٢٠٠٠)

السنة	عدد السائحين (بالمليون)	معدل النمو السنوي %
٢٠٠٠	٢٥.٢	-
٢٠٠١	٢٥	-٨.
٢٠٠٢	٢٩.٢	١٦.٨
٢٠٠٣	٣٠	٢.٧
٢٠٠٤	٣٥.٤	١٨
٢٠٠٥	٣٩.٢	١٠.٧
٢٠٠٦	٤٠.٩	٤.٣
٢٠٠٧	٤٦.٧	١٤.٢
٢٠٠٨	٥٥.٦	١٩
٢٠٠٩	٥٢.٩	-٥
٢٠١٠	٦٠.٧	١٤.٧

المصدر: (١) بيانات السنوات (٢٠٠٠ - ٢٠٠٤):

Sesric, "International Tourism in The OIC Countries: prospects & challenges", *Journal of Economic Cooperation*, 27-4, 2006, p. 67
(<http://www.sesric.org>) accessed: Dec., 2009..

(ب) بيانات السنوات ٢٠٠٥ - ٢٠٠٦ :

UNWTO, World Tourism Barometer, Vol.5, No.1 Jan 2007, p.3,
www.unwto.org, accessed: Jan 2009.

(ج) بيانات ٢٠٠٧ - ٢٠٠٩ مصدرها:

UNWTO, World Tourism Highlight 2010, op.cit, p. 9.

(د) بيانات ٢٠١٠ :

UNWTO, World Tourism Barometer, Vol.9, op.cit, p.3.

يتضح من الجدول : تزايد أعداد السائحين بالمنطقة بشكل مطرد خلال الفترة محل الدراسة فيما عدا عام ٢٠٠١ حيث انخفض معدل نمو السائحين بمقدار ٨% وذلك نتيجة لأحداث ١١ سبتمبر، بالإضافة إلى تبلطف الاقتصاد العالمي خاصة وأن

السائحين الأمريكيين، وكثيرا من سائح دول أوروبا الغربية قاموا باستبدال الدول الواقعة في منطقة الشرق الأوسط بدول سياحية أخرى أكثر قربا وأكثر لمنا من وجهة نظرهم آنذاك؛ حيث ظهر اتجاه غير موافق للسياحة في الدول الإسلامية عموما ولعربية خصوصا والتي كان موجهها لها الاتهام في أحداث سبتمبر^(١). إلا أنه قد حدثت قفزة في حركة السياحة الدولية بالمنطقة حيث ارتفعت أعداد السائحين من ٢٥ مليون سائح عام ٢٠٠٠ إلى ٢٩.٢ مليون سائح عام ٢٠٠٢ بمعدل نمو ١٦.٨%، ثم ازداد عدد السائحين إلى ٣٠ مليون سائح عام ٢٠٠٣ بمعدل نمو منخفض يقدر بحوالي ٢.٧% فقط ويعود ذلك إلى تصاعد الأزمة العراقية، بالإضافة إلى ظهور مرض سارس SARS، ثم عاود معدل النمو السياحي لزيادة بنحو ١٨% عام ٢٠٠٤ وازدادت أعداد السائحين إلى ٣٥.٤ مليون سائح، وظلت تتزايد بمعدلات نمو منخفضة خلال عامي ٢٠٠٥ ، ٢٠٠٦ حيث الظروف السياسية جراء حرب لبنان ٢٠٠٦ ومن قبلها اغتيال الحريري ٢٠٠٥. حتى بلغت حوالي ٤٧ مليون سائح عام ٢٠٠٧ وذلك بمعدل نمو ١٤.٢% بالمقارنة بعام ٢٠٠٦، واستمرت المنطقة في جذب المزيد من السائحين الدوليين في عام ٢٠٠٨ وهو عام بداية أزمة الرهن العقاري^(٢) التي تعد الأعنف منذ الكساد الكبير (١٩٢٩-١٩٣١) حيث زاد معدل نمو السائحين عام ٢٠٠٨ إلى ١٩% وحقت المنطقة زيادة في أعداد السائحين الدوليين حيث بلغ عددهم حوالي ٥٥.٦ مليون سائح وكان ذلك بفضل الأثر التحولي لسياحة الدول المجاورة لـ السياحة البيئية^(٣) للمنطقة وهو ما استغلت منه سابقا في أزمة ١١ سبتمبر حيث كانت الأكل تكترا من السياحة للوفدة من خارج المنطقة، إلا أن أثر الأزمة المالية انعكس على أعداد السائحين عام ٢٠٠٩ حيث انخفض معدل نموهم بما يعادل -٥% رغم ذلك كان عام ٢٠١٠ قد

١- جلييلة حسن حسنين، " الأحداث العالمية والإقليمية في مطلع القرن ٢١ وانعكاساتها على السياحة الدولية في مصر والدروس المستفادة منها"، في: جلييلة حسنين (المحرر)، دراسات في التنمية السياحية، الناشر للمؤلف، ٢٠٠٧، ص ص ٢٠٣-٢٦٠.

* راجع الفصل الأول.

** أشار لذلك عدد من تقارير منظمة السياحة العالمية مع بعض التقارير الفردية لبعض الدول محل الدراسة، وهذا ما سوف يشار إليه لاحقا في هذا الفصل، وراجع أيضا الفصل الأول.

حمل زيادة كبيرة في اعداد الساتحين الوافدين الي المنطقة حيث بلغ عددهم ٦٠.٧ مليون سائح بمعدل نمو ١٤.٧%^(١) وهذا يعكس التكتيرلات الايجابية للجهود التي بذلتها الجهات السياحية ذات الاختصاص من اجل مواجهة الاثر السلبية للارزمة. هذا علي مستوي المنطقة ككل، وفيما يلي سوف يتم استعراض تطور لحركة السياحية الدولية علي مستوي الدول العربية الإسلامية ذات النصيب النسبي الاكبر من هذه الحركة بمنطقة الشرق الاوسط وهي (المملكة العربية السعودية، مصر، سوريا ، الأردن، لبنان).

• المملكة العربية السعودية

تعد للمملكة العربية السعودية ثقل كبير دولة مستقبلية للساتحين الدوليين في المنطقة إذ يمثل نصيبها النسبي ما يوازي ١٨% من الحركة السياحية الدولية الوافدة للمنطقة^(٢)، وذلك وفقا لإحصاءات كل من الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، ومنظمة UNWTO لعام ٢٠١٠، وفيما يلي تطور أعداد الساتحين الدوليين الوافدين إليها خلال لفرة (٢٠٠٠ - ٢٠١٠).

1- UNWTO, World Tourism Barometer, Vol.9, op.cit, p.3

* علي الرغم من ان اعداد الوافدين للحج والعمرة تمثل وفقا لاحصاءات عام ٢٠١٠ حوالي ٤٥% من اجمالي اعداد الساتحين الدوليين الوافدين الي المملكة، الا ان النشاط السياحي لا يقتصر فقط علي هذا الغرض ولما تحتل السياحة الوافدة بغرض الاعمال والمؤتمرات المركز الثاني بنسبة ٢٤.٥% ثم لزيارة الاقارب والاصقاء المركز الثالث بما يمثل حوالي ١١.٩% من اجمالي اعداد الساتحين الدوليين الوافدين للمملكة، بخلاف كل من التسوق و الترفيه و الاغراض الاخرى بما يمثل حوالي ٢.٣% لكل من التسوق و الترفيه و ١٣% للأغراض الاخرى ، راجع : الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، مركز المعلومات والأبحاث السياحية(ماس)، الإحصاءات السياحية ٢٠١٠ :

<http://www.mas.gov.sa>, accessed: Jul., 2011

جدول (٢): عدد السائحين الدوليين الوافدين إلى المملكة العربية السعودية (٢٠١٠-٢٠٠٠)

السنة	عدد السائحين (بالمليون)	معدل النمو السنوي %
٢٠٠٠	٦.٥٩	-
٢٠٠١	٦.٧٤	٢.٣
٢٠٠٢	٧.٥١	١١.٤
٢٠٠٣	٧.٣٣	-٢.٤
٢٠٠٤	٨.٦٠	١٧.٣
٢٠٠٥	٨.٠	-٧
٢٠٠٦	٨.٦٢	٧.٨
٢٠٠٧	١١.٥٣	٣٣.٨
٢٠٠٨	١٤.٧٦	٢٨
٢٠٠٩	١٠.٨٩	-٢٦.٢
٢٠١٠	١٠.٨٥	-٠.٤

المصدر:

(أ) بيانات الأعوام من ٢٠٠٠-٢٠٠٢:

Sesric, op. cit.

(ب) بيانات ٢٠٠٣ - ٢٠٠٧:

UNWTO, Yearbook of tourism statistics, 2003-2007,
2009 edition, p. 686.

(ج) بيانات ٢٠٠٨، ٢٠٠٩ :

الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، مركز المعلومات والأبحاث
السياحية(ماس)، الإحصاءات السياحية أعداد ٢٠٠٨، ٢٠٠٩

(<http://www.mas.gov.sa>), accessed: Aug., 2010.

(د) بيانات ٢٠١٠: الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، مركز
المعلومات والأبحاث السياحية(ماس)، الإحصاءات السياحية ٢٠١٠:

<http://www.mas.gov.sa>, accessed: Jul., 2011

يتضح من الجدول السابق تزايد أعداد السائحين باستمرار نظرا لما توليه
المملكة من اهتمام بقطاع السياحة منذ إنشاء الهيئة العليا للسياحة عام
٢٠٠٢ إلا أن عام ٢٠٠٣ قد شهد انخفاضا في أعداد السائحين بنسبة -

٢.٤% مقارنة بعام ٢٠٠٢، ويرجع ذلك إلى ظروف الغزو الأمريكي للعراق، أما عام ٢٠٠٥ فقد شهد وفاة عاهل السعودية وكذلك اغتيال رفيق الحريري رئيس الوزراء اللبناني وانخفاض فيه أعداد السائحين الدوليين الوافدين للمملكة بنسبة -٧% تقريباً بالمقارنة بعام ٢٠٠٤. وقد كان اعلى معدل نمو سياحي من نصيب عام ٢٠٠٧ حيث بلغ ٣٣.٨%.

ووفقاً لبيانات الهيئة العامة للسياحة والآثار فقد شهد عام ٢٠٠٩ انخفاضاً في معدل النمو السياحي بحوالي -٢٦% حيث انخفض أعداد السائحين إلى ١٠.٨٩ مليون سائح، ويرجع ذلك إلى حدوث الأزمة المالية العالمية، والتي تزامنت مع تفشي وباء أنفلونزا الخنازير مما أدى إلى قيام كثير من الحكومات بتحذير مواطنيهم من السفر للحج والعرة^(١). وجاء عام ٢٠١٠ ليشير إلى نقص بمعدل -٠.٤% في عدد السائحين الدوليين الوافدين.

• مصر:

تطورت أعداد السائحين الدوليين خلال الفترة (٢٠١١-٢٠٠٠) في مصر كما يتضح من الجدول التالي:

١- الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، مركز المعلومات والأبحاث السياحية، ملخص لأهم المؤشرات السياحية خلال الفترة ٢٠٠٤ - ٢٠٠٩
(<http://www.mas.gov.sa>, accessed: Aug, 2010.

جدول (٣): عدد السائحين الدوليين الوافدين إلى مصر (٢٠١١-٢٠٠٠)

السنة	عدد السائحين (بالمليون)	معدل النمو السنوي %
٢٠٠٠	٥.١	-
٢٠٠١	٤.٤	-١٣.٧
٢٠٠٢	٤.٩	١١.٤
٢٠٠٣	٥.٧	١٦.٣
٢٠٠٤	٧.٧	٣٥
٢٠٠٥	٨.٢	٦.٥
٢٠٠٦	٨.٦	٤.٩
٢٠٠٧	١١	٢٨
٢٠٠٨	١٢.٨	١٦.٤
٢٠٠٩	١٢.٥	-٢.٣
٢٠١٠	١٤.٧	١٧.٦
٢٠١١	١٢.٨	-١٣

المصدر:

(أ) بيانات ٢٠٠٠ - ٢٠٠١:

Sesric, op.cit.

(ب) بيانات ٢٠٠٢ - ٢٠٠٦: منظمة المؤتمر الإسلامي، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، السياحة الدولية في البلدان الاعضاء بمنظمة المؤتمر الاسلامي: الافاق والتحديات، ص ٤٧.

([http://www.sesric.org/news_details ar.php](http://www.sesric.org/news_details_ar.php)), accessed:

Dec., 2009.

(ج) بيانات ٢٠٠٧ - ٢٠٠٩:

Ministry of Tourism: Tourists & Tourist Nights, 2007-

2009, (<http://www.tourism.gov.eg>), accessed: Dec., 2010.

(د) بيانات ٢٠١٠: وزارة السياحة المصرية، التقرير الإحصائي ٢٠١٠:

www.tourism.gov.eg, accessed: Apr., 2011.

(هـ) بيانات ٢٠١١:

WTTC, travel & tourism economic Impact, Egypt, 2011, P.7

يشير الجدول إلى الزيادة المستمرة في أعداد السائحين الوافدين إلى مصر فيما عدا عام ٢٠٠١ حيث انخفضت أعداد السائحين من ٥.١ مليون سائح عام

٢٠٠٠ إلى ٤.٤ مليون سائح بمعدل يقدر بحوالي -١٣.٧%، وذلك بسبب أحداث ١١ سبتمبر، إلا أن الزيادة في أعداد السائحين استمرت منذ عام ٢٠٠٢ وحتى عام ٢٠٠٨، وكان اعلي معدلات نمو للسائحين عام ٢٠٠٤ حيث بلغت ٣٥% بما يقدر بحوالي ٧.٧ مليون سائح بعد أن كانت ١٦.٣ % عام ٢٠٠٣ بما يعادل ٥.٧ مليون سائح في عام ٢٠٠٣، واستمر النمو السياحي ولكن بمعدلات منخفضة حيث زادت أعداد السائحين في ٢٠٠٥ بنسبة ٦.٥% تقريبا، وفي عام ٢٠٠٦ بمعدل ٤.٩% حتى ارتفع معدل النمو السياحي عام ٢٠٠٧ بنسبة ٢٨% ليبلغ عدد السائحين ١١ مليون سائح بعد أن كانوا ٨.٦ مليون سائح عام ٢٠٠٦. وعلى الرغم من حدوث الأزمة المالية العالمية عام ٢٠٠٨ إلا أن عدد السائحين زاد بمعدل يقدر بحوالي ١٦.٤% حيث تطور عدد السائحين إلى ١٢.٨ مليون سائح.^(١) حتى لفت الازمة بظلالها علي عام ٢٠٠٩ حينما كان الانخفاض في معدل النمو السياحي بحوالي -٢.٣%. ووفقا لبيانات UNWTO، ووزارة السياحة المصرية عام ٢٠١٠ فان مصر تحتل المركز الاول في نصيبها من الحركة السياحية بالمنطقة حيث يمثل نصيبها حوالي ٢٤.٢%، واخيرا فقد كانت الزيادة في عام ٢٠١٠ حوالي ١٧.٦%، ثم تأتي توقعات ٢٠١١ لمنظمة WTTC لتشير الي انخفاض في معدل النمو السياحي وقدره -١٣%.

• سوريا:

تطورت اعداد السائحين الدوليين الوافدين الي سوريا خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١١)، واصبح نصيبها من حركة السياحة الدولية الوافدة الي المنطقة حوالي ١٤% وذلك وفقا لبيانات UNWTO عام ٢٠١٠ ويتضح ذلك من الجدول التالي:

1- UNWTO, UNWTO World Tourism Highlights, 2010, op.cit, p. 9

جدول (٤): اعداد السائحين الدوليين الوافدين الي سوريا (٢٠١١ - ٢٠٠٠)

السنة	عدد السائحين (بالمليون)	معدل النمو السنوي %
٢٠٠٠	١.٤	-
٢٠٠١	١.٣	٧-
٢٠٠٢	٢.٢	٦٩
٢٠٠٣	٢	٩-
٢٠٠٤	٣	٥٠
٢٠٠٥	٣.٤	١٣.٣
٢٠٠٦	٤.٤	٢٩.٤
٢٠٠٧	٤.٢	٤.٥-
٢٠٠٨	٥.٤	٢٨.٦
٢٠٠٩	٦.١	١٣
٢٠١٠	٨.٥	٣٩.٣
٢٠١١	٨.٥	-

المصدر:

(أ) بيانات السنوات (٢٠٠٠ - ٢٠٠١):

Sesric, op. cit.

(ب) بيانات السنوات ٢٠٠٢ - ٢٠٠٦: منظمة المؤتمر الإسلامي، مرجع سابق، ص ٧٣

(ج) بيانات ٢٠٠٧ - ٢٠٠٩:

UNWTO, UNWTO World Tourism Highlights, 2010, op.cit, p. 9.

(د) بيانات ٢٠١٠:

UNWTO, UNWTO World Tourism Highlights, 2011, op.cit, p. 9.

(هـ) بيانات ٢٠١١:

WTTC, Travel & Tourism economic Impact, Syria, 2011, p.7.

يوضح الجدول ان معدلات نمو السائحين كانت ايجابية - رغم تقلبها - خلال الفترة محل للدراسة فيما عدا سنوات ٢٠٠٣، ٢٠٠٧ حيث كان معدل النمو سالباً بما يقدر بحوالي ٩%، ٤.٥% علي الترتيب، ويمكن ارجاع ذلك الي ان عام ٢٠٠٣ كان العام الذي شهد الازمة العراقية ومع التركيز الإعلامي

علي ذلك فقد تولد لدي السائحين الدوليين الانطباع بعدم استقرار المنطقة بأسرها، ورغم ان عام ٢٠٠٨ هو عام لزمة للرهن العقاري الا انه حمل زيادة في اعداد السائحين الدوليين الوافدين الي سوريا بنسبة ٢٨.٦، بينما كان عام ٢٠٠٩ العام الذي ظهر فيه الاثر السلبي للزمة المالية العالمية لتتخض معدل النمو السياحي الايجابي الي ١٣% .

• الأردن:

فيوضح الجدول التالي أعداد السائحين الوافدين إلى الأردن خلال الفترة من (٢٠١١-٢٠٠٠)، ومعدلات النمو السنوي.

جدول (٥): اعداد السائحين الدوليين الوافدين الي الأردن (٢٠١١ - ٢٠٠٠)

السنة	عدد السائحين (بالمليون)	معدل النمو السنوي %
٢٠٠٠	١.٤٢	-
٢٠٠١	١.٤٧	٣.٥
٢٠٠٢	٢.٣٨	٦٢
٢٠٠٣	٢.٣٥	-١.٣
٢٠٠٤	٢.٨٥	٢١.٣
٢٠٠٥	٢.٩٨	٤.٦
٢٠٠٦	٣.٢٢	٨
٢٠٠٧	٣.٤٣	٦.٥
٢٠٠٨	٣.٧٢	٨.٥
٢٠٠٩	٣.٧٨	١.٦
٢٠١٠	٤.٥٦	٢٠.٦
٢٠١١	٤.٤٠	-٣.٥

المصدر: (١) بيانات ٢٠٠٠ - ٢٠١١:

Sesric, op.cit.

(ب) بيانات ٢٠٠٢ - ٢٠٠٦: منظمة المؤتمر الإسلامي، مرجع سابق، ص ٥٢.

(ج) بيانات ٢٠٠٧، ٢٠٠٨، ٢٠٠٩ :

UNWTO World Tourism Highlights, 2010, op.cit, p. 9

(د) بيانات ٢٠١٠ : وزارة السياحة والآثار الأردنية ، النشرة الاحصائية

السياحية ، ٢٠١٠:

<http://www.tourism.jo/>, accessed: Jul, 2011.

(هـ) بيانات ٢٠١١ :

WTTC, Travel & Tourism economic Impact, Jordan, 2011, p.7.

يتضح من الجدول أن أعداد السائحين الدوليين الوافدين إلى الأردن قد بلغت أعلى معدلات نموها عام ٢٠٠٢ (٦٢%) حيث زادت أعداد السائحين من ١.٤٧ عام ٢٠٠١ إلى ٢.٣٨ مليون سائح، ولم يتجه معدل النمو السياحي نحو السالب إلا عام ٢٠٠٣ حيث انخفضت أعداد السائحين إلى ٢.٣٥ مليون سائح بنسبة -١.٣% نتيجة الأزمة العراقية، ثم عاودت الارتفاع بنسبة ٢١.٣% عام ٢٠٠٤ حيث بلغ عدد السائحين ٢.٨٥ مليون سائح، وفي عام ٢٠٠٥ زاد معدل نمو السائحين بنسبة ٤.٦%، أما عام ٢٠٠٦ فقد شهد زيادة في معدل النمو السياحي بحوالي ٨% وظلت معدلات النمو في الاتجاه الايجابي حتى في ظل الأزمة المالية العالمية حيث زادت إلى ٨.٥% وبلغ عدد السائحين عام ٢٠٠٨ حوالي ٣.٨ مليون سائح بينما انخفض معدل النمو عام ٢٠٠٩ لي ١.٦% نتيجة الازمة المالية العالمية ، ثم حدثت زيادة تقدر بحوالي ٢٠.٦% عام ٢٠١٠. الا ان توقعات عام ٢٠١١ قد اشارت الي انخفاض قدره -٣.٥% في معدل النمو بينما كانت نسبة الزيادة في اعداد السائحين عام ٢٠١٠ يزيد على ٢٠%.

ووفقا لإحصاءات كل من UNWTO ، ووزارة السياحة و الآثار الاردنية ٢٠١٠ فان الأردن تمتلك ٧.٥% تقريبا من السوق السياحي في منطقة الشرق الأوسط .

• **لبنان:**

يوضح جدول(٦) تطور اعداد السائحين الدوليين خلال الفترة محل الدراسة حتي بلغ نصيبها النسبي حوالي ٣.٦ % من حجم السياحة الدولية الوافدة الي منطقة الشرق الاوسط وذلك وفقا لبيانات UNWTO عام ٢٠١٠؛ حيث كانت معدلات نمو السائحين ايجابية فيما عدا عام ٢٠٠٥ حيث انخفض معدل نمو السائحين الي -١٥.٤% حيث كان العام الذي تم فيه اغتيال رئيس الوزراء اللبناني رفيق الحريري، وكذلك كان عام ٢٠٠٧ والذي اعقب حرب يونيو ٢٠٠٦ حيث اسفرت هذه الاحداث عن انخفاض اعداد السائحين بما يقدر بحوالي -٩%.

بينما كان عام ٢٠٠٩ عاما مميزا في السياحة الدولية اللبنانية حيث زادت اعداد السائحين بما يوازي ٤٦% وذلك رغم أزمة الرهن العقاري

التي لفت بظلالها علي المباحة الدولية في كثير من الدول الا ان السبب الرئيسي في ذلك هو زيادة اعداد السائحين للوافدين من الدول العربية الاسلامية وهوما سوف يتم تناوله لاحقا، كما انخفضت نسبة الزيادة عام ٢٠١٠ الي ١٥.٨% بل حمل عام ٢٠١١ نموا سلبيا يقدر بحوالي - ١٣.٦%.

جدول (٦): اعداد السائحين الدوليين الوافدين الي لبنان (٢٠١١-٢٠٠٠)

السنة	عدد السائحين (بالمليون)	معدل النمو السنوي %
٢٠٠٠	٠.٧٤٢	-
٢٠٠١	٠.٨٣٧	١٢.٨
٢٠٠٢	٠.٩٥٦	١٤.٢
٢٠٠٣	١	٤.٦
٢٠٠٤	١.٣	٣٠
٢٠٠٥	١.١	-١٥.٤
٢٠٠٦	١.١	-
٢٠٠٧	١	-٩
٢٠٠٨	١.٣	٣٠
٢٠٠٩	١.٩	٤٦
٢٠١٠	٢.٢	١٥.٨
٢٠١١	١.٩٣	-١٢.٣

المصدر: (أ) البيانات ٢٠٠٠، ٢٠٠١ :

Sesric, op.cit.

(ب) البيانات من ٢٠٠٢ إلى ٢٠٠٦: منظمة المؤتمر الإسلامي، مرجع

سابق، ص ٥٦

(ج) بيانات ٢٠٠٨، ٢٠٠٧، ٢٠٠٩:

UNWTO World Tourism Highlights, 2010, op.cit, p. 9.

(د) بيانات ٢٠١٠:

UNWTO World Tourism Highlights, 2011, op.cit, p. 9.

(هـ) بيانات ٢٠١١ :

WTTC, Travel & Tourism economic Impact , Lebanon, 2011, p.7.

(٢) منطقة شمال افريقية:

تطورت الحركة السياحية بالمنطقة خلال الفترة محل الدراسة حيث زادت أعداد السائحين الوافدين للمنطقة من ١٠.٢ مليون سائح عام ٢٠٠٠ لتصبح ١٣.٩ مليون سائح عام ٢٠٠٥ ثم بلغت ١٦.٣ مليون عام ٢٠٠٧ وصولاً إلى ١٧.٢ مليون سائح عام ٢٠٠٨ ثم ١٧.٦ مليون سائح عام ٢٠٠٩^(١) حتى بلغت حوالي ١٨.٧ مليون سائح عام ٢٠١٠^(٢). بينما تخفض معدل النمو السياحي عام ٢٠٠٨ إلى ما يقارب ٥% وهو للعام الذي بدأت منه الأزمة المالية حيث بلغ عدد السائحين ١٧.٢ مليون سائح^(٣)، ويرجع خبراء منظمة UNWTO ذلك النقص للمقاصد العربية الإسلامية في شمال افريقية لما تتمتع به من أسعار تنافسية مقارنة بمقاصد أخرى خاصة مقاصد شمال المتوسط بالإضافة إلى سهولة الوصول إلى تلك المقاصد سواء كانت المغرب أو تونس، وفي عام ٢٠٠٩ فقد بلغ معدل النمو السنوي بالمنطقة ٢.٩%^(**) وعند استعراض تطور أعداد السائحين في المقصدين السياحيين الأهم في منطقة شمال افريقية يتضح ما حققته من تطور في أعداد السائحين خلال الفترة (٢٠٠٠ - ٢٠١١) وذلك وفقاً للجدول التالي:

1- Ibid, p.4.

2- UNWTO, World Tourism Barometer, Vol.9, OP., p.3

* لمزيد من المعلومات راجع :

UNWTO, World Tourism Barometer, Jan 2010, op.cit p.5

** راجع الفصل الأول.

جدول (٧): تطور أعداد السائحين الوافدين إلى المغرب وتونس (٢٠٠٠ - ٢٠١١)

السنة	أعداد السائحين الوافدين للمغرب (بالمليون)	معدل النمو السنوي %	أعداد السائحين الوافدين إلى تونس (بالمليون)	معدل النمو السنوي %
٢٠٠٠	٤.٢٧٨	-	٥.٠٥٨	-
٢٠٠١	٤.٣٨٠	٢.٤	٥.٣٨٧	٦.٥
٢٠٠٢	٤.٤٥٣	١.٧	٥.٠٦٤	- ٦
٢٠٠٣	٤.٧٦١	٦.٩	٥.١١٤	١
٢٠٠٤	٥.٤٧٧	١٥	٦	١٧.٣
٢٠٠٥	٥.٨٤٣	٦.٧	٦.٣٧٨	٦.٣
٢٠٠٦	٦.٥٥٨	١٢.٢	٦.٥٥٠	٢.٧
٢٠٠٧	٧.٤٠٨	١٣	٦.٧٦٢	٣.٢
٢٠٠٨	٧.٨٧٩	٦.٤	٧.٠٤٩	٤.٢
٢٠٠٩	٨.٣٤١	٦-	٦.٩٠١	- ٢
٢٠١٠	٩.٢٨٨	١١.٤	٦.٩٠٢	٠.١
٢٠١١	١٠.٣	١٠.٨	٦.٧	- ٢.٩

المصدر: (١) بيانات ٢٠٠٠ - ٢٠٠١:

Sesrtsic, op. cit

(ب) بيانات ٢٠٠٢ - ٢٠٠٦: منظمة المؤتمر الإسلامي، مرجع سابق،

ص ص ٦١، ٧٥.

(ج) بيانات ٢٠٠٧ - ٢٠٠٩:

UNWTO, World Tourism Highlights, 2010, op.cit, p. 9.

(د) بيانات ٢٠١٠:

UNWTO, World Tourism Highlights, 2011, op.cit, p. 9.

(هـ) بيانات ٢٠١١:

Travel & Tourism Economic Impact, Morocco, 2011, p.7.

Travel & Tourism Economic Impact, Tunisia, 2011, p.7

• تونس:

ازدانت أعداد السائحين فيما بين عامي (٢٠٠٠-٢٠٠٩) بمعدل نمو قدره ٣٦% تزايدت خلالها أعداد السائحين بمعدلات نمو سنوي تراوحت بين ١% عام ٢٠٠٣ إلى ١٧.٣% عام ٢٠٠٤ ولم تنخفض معدلات النمو السياحي إلا عام ٢٠٠٢ العام الذي وقعت فيه حادثة جربة حيث كان معدل النمو سالباً (- ٦) وكان عدد السائحين قد انخفض إلى ٥ مليون سائح بعد أن كان ٥.٣٨ مليون سائح عام ٢٠٠١، وفي عام ٢٠٠٧ كان عدد السائحين حوالي ٦.٨ مليون سائح، بينما زاد عام ٢٠٠٨ حيث الأزمة المالية العالمية كانت تونس قد حققت معدل نمو ايجابي يقدر بحوالي ٤.٢% ليصل عدد السائحين إلى ٧ مليون سائح، بينما ظهر الانخفاض في معدل النمو عام ٢٠٠٩ بنسبة -٢% بعدد ٦.٩ مليون سائح، كما توقع تقرير WTTC ٢٠١١ أن ينخفض اعداد السائحين الدوليين في تونس عام ٢٠١١ إلى ٦.٧ مليون سائح.

• **المغرب:** تشير بيانات الجدول إلى ارتفاع أعداد السائحين الوافدين حيث زاد عدد السائحين من ٤.٢ مليون سائح عام ٢٠٠٠ حتى بلغت ٤.٣ مليون سائح بمعدل نمو يقدر بحوالي ٢.٤%، وظلت تتزايد معدلات النمو السنوي حتى بلغت أقصى معدلاتها عام ٢٠٠٤، وبلغ عدد السائحين ٥.٤ مليون سائح بمعدل نمو ١٥%، ثم ظلت أعداد السائحين تتزايد حتى بلغ عددهم عام ٢٠٠٨ حوالي ٧.٤ مليون سائح، وقد استطاعت المغرب عام ٢٠٠٨ مواجهة الأزمة المالية حيث زادت أعداد السائحين إلى ٧.٨ مليون سائح بمعدل نمو ٦.٤%، بينما انخفض اعداد السائحين الدوليين بنسبة -٦% عام ٢٠٠٩ مما يشير إلى ظهور اثار الأزمة المالية العالمية.، كما توقع تقرير WTTC ٢٠١١ أن يصل اعداد السائحين الدوليين في المغرب عام ٢٠١١ إلى ١٠.٣ مليون سائح.

جدير بالذكر أن نصيب المغرب و تونس معا من إجمالي السياحة الدولية الوافدة الي منطقة شمال افريقية يقارب حوالي ٨٦.٦% ووفقا لبيانات عام ٢٠١٠.

بصورة عامة يتضح تزايد أعداد السائحين في الدول العربية الإسلامية سواء تلك الواقعة في شمال افريقية أو الشرق الأوسط باستمرار فيما عدا السنوات التي واجهت السياحة الدولية فيها بعض الأزمات مما يعطي مؤشرا مبدئيا حول تنامي الحركة السياحية الوافدة إلي هذه الدول ، كما يلاحظ ان عام ٢٠١٠ كان عاما ذا مؤشرات ايجابية حول تعافي السياحة الدولية بصورة عامة سواء في دول منطقة الشرق الاوسط او دول شمال افريقية، بينما جاء عام ٢٠١١ بانخفاض ملحوظ في حجم اعداد السائحين الدوليين الوافدين الي دول منطقة الشرق الاوسط كافة، و كذا في تونس و التي شهدت جميعها احداث الثورات العربية.

وحتى تكتمل الرؤية حول تطور الحركة السياحية في الدول العربية الإسلامية فانه من الضروري الإشارة أيضا إلى التطور الحادث في السياحة البيئية، لذا يتم أفراد الجزء التالي للتعرف علي الأهمية النسبية للسياحة البيئية في الدول العربية الإسلامية.

ثانيا : الأهمية النسبية للسياحة البيئية في الدول العربية الإسلامية:

سبقت الإشارة في الفصل الأول إلي أن السياحة البيئية تعد أقل تأثراً بالضغوط والأزمات الاقتصادية والسياسية؛ لذا فهي تسهم في تقليل الاعتماد على السياحة الوافدة من خارج الإقليم inter -regional والتي تتسم بأنها أكثر حساسية لهذه الظروف مما يعني أنها تساعد في تحقيق الاستقرار السياحي علي المدى الطويل خاصة في ظل الأزمات السياسية التي تعاني منها بعض الدول العربية الإسلامية التي تقع في كل من منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقية وفيما يلي سوف تتم الإشارة إلي الأهمية النسبية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية المشار إليها في الجزء السابق.

• المملكة العربية السعودية

فيلاحظ ارتفاع الاهمية للنسبية لأعداد السائحين الوافدين إليها من الدول العربية الإسلامية بما يقارب ٦٠% من إجمالي أعداد

السائحين الدوليين الوافدين بل إن كلا من عامي ٢٠٠٤، ٢٠٠٥ قد شهد ارتفاع هذه النسبة إلى ما يزيد عن ٧٠ % حتى بلغت النسبة حوالي ٧٥.٢ % عام ٢٠٠٩. وفيما يلي يوضح الجدول أعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية خلال الفترة (٢٠٠٣ - ٢٠١٠):

جدول (٨): أعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية إلى المملكة العربية السعودية (٢٠١٠-٢٠٠٣)

السنة	عدد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية (بالمليون)	الأهمية النسبية إلى إجمالي السياحة الوافدة %
٢٠٠٣	٣.٩٢	٥٣.٤
٢٠٠٤	٥.١٤	٥٩.٨
٢٠٠٥	٥.٨٤	٧٣
٢٠٠٦	٥.٧٧	٦٧
٢٠٠٧	٧.٩٤	٦٤.٥
٢٠٠٨	١٠.٣	٦٩.٧
٢٠٠٩	٨.٧٤	٨٠.٣
٢٠١٠	٨.٥٠	٧٨.٣

المصدر: (أ) بيانات ٢٠٠٣:

UNWTO, Year book of Tourism Statistics 2003-2007, 2009 edition, pp. 686,689.

(ب) بيانات ٢٠٠٤-٢٠٠٨ :

UNWTO, Year book of Tourism Statistics 2004-2008, 2010 edition, pp..695,698.

(ج) بيانات ٢٠٠٩ : الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، مركز المعلومات والأبحاث السياحية، الإحصاءات السياحية ٢٠٠٩، مرجع سابق، ص ص ١٥، ١٦.

(د) بيانات ٢٠١٠ : الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، مركز المعلومات والأبحاث السياحية، الإحصاءات السياحية ٢٠١٠، مرجع سابق، ص ص. ١٨، ١٩.

● مصر:

يلاحظ انه علي الرغم من زيادة أعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية إلي مصر بين عامي (٢٠٠٠-٢٠١٠) إلا أن هناك تفاوتاً في النسبة التي تمثلها إلي إجمالي السياحة الدولية الوافدة إلي مصر من عام لآخر، ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول (٩): الأهمية النسبية لسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية إلي مصر (٢٠١٠-٢٠٠٠)

السنة	عدد السائحين من الدول العربية الإسلامية (بالمليون)	الأهمية النسبية إجمالية السياحة الدولية الوافدة %
٢٠٠٠	٠.٩٩٥	١٩.٥
٢٠٠١	٠.٩٧٢	٢٢
٢٠٠٢	١.١	٢٢.٤
٢٠٠٣	١.٣	٢٢.٨
٢٠٠٤	١.٥	١٩.٥
٢٠٠٥	١.٧	٢٠.٧
٢٠٠٦	١.٩	٢٢
٢٠٠٧	٢	١٨
٢٠٠٨	٢	١٥.٦
٢٠٠٩	١.٩	١٥.٢
٢٠١٠	٢	١٣.٦

المصدر: (أ) البيانات من ٢٠٠٠-٢٠٠٦: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء،

الكتاب الإحصائي السنوي، ديسمبر ٢٠٠٨، ص ٣٤٧.

(ب) بيانات ٢٠٠٧-٢٠٠٩: وزارة السياحة المصرية :

Ministry of Tourism, Inbound Tourism, Arab Tourists & Tourist Nights, 2007 – 2009. (<http://www.tourism.gov.eg>), accessed: Dec., 2010.

(ج) بيانات ٢٠١٠ : وزارة السياحة المصرية، التقرير الإحصائي عام ٢٠١٠ :

(<http://www.tourism.gov.eg>), accessed Apr., 2011.

يوضح الجدول زيادة مستمرة في أعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية إلى مصر من ٩٩٥ ألف سائح عام ٢٠٠٠ حتي بلغت ١.١ مليون سائح عام ٢٠٠٢ ثم ١.٥ مليون سائح عام ٢٠٠٤، ١.٧ مليون سائح عام ٢٠٠٥ ثم ١.٩ مليون سائح عام ٢٠٠٦ ثم ٢ مليون سائح عامي ٢٠٠٧، ٢٠٠٨ لما عام ٢٠٠٩ فقد انخفضت إلى ١.٩ مليون سائح، بينما عادت عام ٢٠١٠ لتصبح ٢ مليون سائح .

وعلي الرغم من أن هناك زيادة في أعداد هؤلاء السائحين إلا أن هناك انخفاضاً في الأهمية النسبية؛ حيث كانت تمثل عام ٢٠٠٠ حوالي ١٩.٥% من جملة السياحة الدولية للوافدة ثم ٢٢% عام ٢٠٠١ وذلك بفضل السياحة البيئية، ثم أخذت في الانخفاض حتى وصلت إلى ١٥.٦ % عام ٢٠٠٨، ثم ١٥.٢ % عام ٢٠٠٩، ويمكن إرجاع ذلك إلى الزيادة الإجمالية في أعداد السائحين الدوليين الوافدين إلى مصر خصوصاً من الأوربيين، مما أدى إلى زيادة الأهمية النسبية لها علي حساب السياحة البيئية حيث تطورت أعداد السائحين الأوربيين من ٣.٨ مليون سائح عام ٢٠٠٠ ممثلة ٧٤.٥% وظلت بين ارتفاع وانخفاض، حتى بلغت ٧٥% بحجم ٩.٦ مليون سائح عام ٢٠٠٨ ثم ٧٥.٢ % عام ٢٠٠٩، وأخيراً ٧٦ % عام ٢٠١٠. ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول (١٠): الأهمية النسبية للسياحة الأوربية الوافدة إلى مصر (٢٠١٠-٢٠٠٠)

السنة	عدد السائحين الأوربيين (بالمليون)	الأهمية النسبية لإجمالي السياحة الوافدة %
٢٠٠٠	٣.٨	٧٤.٥
٢٠٠١	٣.١	٧٠.٥
٢٠٠٢	٣.٦	٧٣.٥
٢٠٠٣	٤.٢	٧٣.٧
٢٠٠٤	٥.٩	٧٦.٦
٢٠٠٥	٦.١	٧٤.٤
٢٠٠٦	٦.٢	٧٢
٢٠٠٧	٧.٩	٧١.٨
٢٠٠٨	٩.٦	٧٥
٢٠٠٩	٩.٤	٧٥.٢
٢٠١٠	١١.٢	٧٦.٢

المصدر: (أ) البيانات من ٢٠٠٠-٢٠٠٦: الجهاز المركزي للتعبئة العامة

والإحصاء، للكتاب الإحصائي السنوي، مرجع سابق، ص ٣٤٧.

(ب) بيانات عامي ٢٠٠٧، ٢٠٠٨: الجهاز المركزي للتعبئة العامة

الإحصاء، للنشرة السنوية لإحصاءات السياحة، مرجع سابق .

(http://www.capmas.gov.eg/nashrat43.htm), accessed: Jul, 2010.

(ج) بيانات ٢٠٠٩ : وزارة السياحة المصرية، عدد السياح الأجانب

الواصلين البلاد والرحلات السريعة خلال عام ٢٠٠٩

(http://www.tourism.gov.eg), accessed: Dec., 2010.

(د) بيانات ٢٠١٠ : وزارة السياحة المصرية، التقرير الإحصائي عام

٢٠١٠، مرجع سابق.

• سوريا:

تطور عدد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية

من ١.١ مليون سائح عام ٢٠٠٠ ممثلة ٧٨.٦% من إجمالي

السياحة الدولية الوافدة لموريا إلي ان بلغت ٣.٣ مليون عام

٢٠٠٨ ولصحت تمثل ٦١% من إجمالي اعداد السائحين، يشير ذلك بصورة عامة الي انخفاض ملحوظ في الأهمية النسبية للسياحة البيئية الوافدة لموريا علي حساب الجنسيات الأخرى؛ ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول (١١): الأهمية النسبية للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية

الي سوريا (٢٠٠٢-٢٠٠٩)

السنة	عدد السائحين (بالمليون)	الأهمية النسبية إلي إجمالي السياحة الوافدة %
٢٠٠٠	١.١	٧٨.٦
٢٠٠١	١.٢	٩٢.٣
٢٠٠٢	١.٥	٦٨.٢
٢٠٠٣	١.٥	٧٥
٢٠٠٤	٢.٣	٧٦.٧
٢٠٠٥	٢.٥	٧٣.٥
٢٠٠٦	٣.٥	٧٩.٥
٢٠٠٧	٣.٦	٨٥.٧
٢٠٠٨	٣.٣	٦١
٢٠٠٩	٣.٦	٥٩

المصدر: وزارة السياحة السورية، تطور عدد السياح حسب الجنسية والسنوات ٢٠٠٠-٢٠٠٩ ، مرجع سابق.

• **الأثر:**

يمثل حجم السياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية نسبة كبيرة من إجمالي السائحين الدوليين الوافدين للكرنن بما يزيد عن النصف ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول (١٢): الأهمية النسبية لسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية

الي الألف (٢٠٠٢-٢٠١٠)

السنة	عدد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية (سائحي المبيت بالليون)	الأهمية النسبية إلى إجمالي السياحة الوافدة %
٢٠٠٢	١.٥١	٦٣.٤
٢٠٠٣	١.٤٧	٦٢.٥
٢٠٠٤	١.٧٩	٦٢.٨
٢٠٠٥	١.٨٥	٦٢
٢٠٠٦	١.٨٧	٥٨
٢٠٠٧	١.٧٣	٥٠.٤
٢٠٠٨	١.٨١	٤٨.٦
٢٠٠٩	١.٩٠	٥٠.٣
٢٠١٠	٢.١٢	٤٦.٥

المصدر: وزارة السياحة والآثار الأردنية ، الإحصاءات السياحية للأردن أعوام

٢٠٠٤ ، ٢٠٠٧ ، ٢٠٠٨ ، ٢٠٠٩ :

http://www.tourism.jo/GuestBook/Statistics_ar.asp

يلاحظ من خلال الجدول السابق

تناقص الأهمية النسبية للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية إلى الأردن حيث انخفضت من ٦٣.٤% عام ٢٠٠٢ إلى أن بلغت ٤٨.٦% عام ٢٠٠٨ وذلك على الرغم من ازدياد أعداد هؤلاء السائحين من ١.٥١ مليون سائح عام ٢٠٠٢ إلى ١.٨١ مليون سائح عام ٢٠٠٨ ، ثم إلى ١.٩٠ مليون سائح عام ٢٠٠٩ ، ويرجع ذلك إلى زيادة الأهمية النسبية للوافدين من الجنسيات الأخرى على حساب السياحة البينية ، ومن الممكن إرجاع ذلك إلى محاولة الأردن بذل المزيد من الجهود لجذب السائحين من الجنسيات الأخرى بالإضافة إلى سياساتها الخارجية الموائمة للغرب (الأوروبيين - الأمريكيين).

• **لبنان:**

تمثل السياحة الواقعة من الدول العربية الإسلامية أهمية كبرى بما

لا يقل عن ٤٠% ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول (١٢): الأهمية النسبية لسياحة الواقعة من الدول العربية الإسلامية

إلى لبنان (٢٠٠٢-٢٠٠٩)

السنة	عدد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية (بالآلاف)	الأهمية النسبية %
٢٠٠٢	٤١٩	٤٣.٨
٢٠٠٣	٤٣٧	٤٣.٧
٢٠٠٤	٥٤٤	٤١.٨
٢٠٠٥	٤٥٠	٤١
٢٠٠٦	٤٤٨	٤٠.٧
٢٠٠٧	٣٩٩	٤٠
٢٠٠٨	٥٤٨	٤٢.٢
٢٠٠٩	٧٨٦	٤١.٤

المصدر: (أ) البيانات من ٢٠٠٢ - ٢٠٠٣ (*)

UNWTO, Year book of Tourism Statistics, op.cit, pp. 437, 440.

(ب) بيانات ٢٠٠٤-٢٠٠٧ :

UNWTO, Year book of Tourism Statistics, 2004-2008 op.cit, pp. 443-446.

(ج) بيانات ٢٠٠٨، ٢٠٠٩: وزارة السياحة لبنان:

<http://www.lebanon-tourism.gov.lb/ministry/statistics>),

accessed: Aug., 2010

* تم حساب مجموع الوافدين العرب إلى لبنان من منطقتي الشرق الأوسط وشمال
أفريقية عبر السنوات المختلفة بمعرفة الباحثة

• **تونس:**

وفقا للإحصاءات المتاحة تمثل سياحة الوافدين من الدول العربية الإسلامية إلى تونس نسبة كبيرة من حجم السياحة الدولية ويتضح ذلك من الجدول التالي عبر الفترة (٢٠٠٨/٢٠٠٢)
جدول (١٤): الأهمية النسبية لسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية إلى تونس (٢٠٠٩-٢٠٠٢)

السنة	عدد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية (بالمليون)	الأهمية النسبية %
٢٠٠٢	٢	٣٩.٥
٢٠٠٣	٢.٢	٤٣
٢٠٠٤	٢.٤	٤٠
٢٠٠٥	٢.٤	٣٧.٦
٢٠٠٦	٢.٥	٣٨.٢
٢٠٠٧	٢.٦	٣٨.٥
٢٠٠٨	٢.٨	٣٩.٧
٢٠٠٩	٣	٤٣.٥

المصدر: (١) بيانات ٢٠٠٠-٢٠٠٦:

UNWTO , Year book of Tourism Statistics, , pp. 799-800 :
 2003-2007, op.cit

(ب) بيانات ٢٠٠٧: جامعة الدول العربية، الدول العربية في أرقام، العدد الأول ٢٠٠٨، ص. ٢١، وقد أشار المصدر إلى النسبة من عدد السائحين الإجمالي ثم قامت الباحثة بحساب عدد السائحين.

(ج) بيانات ٢٠٠٨ - ٢٠٠٩: وزارة السياحة التونسية:

1- Le tourisme tunisien en chiffres 2009,

http://www.tourisme.gov.tn/fileadmin/medias/doc/tourisme_chiffres_09.pdf, accessed: Apr., 2011.

* تم حساب مجموع الوافدين العرب إلى تونس والمغرب من منطقتي الشرق الأوسط وشمال افريقية (٢٠٠٢ - ٢٠٠٦) بمعرفة الباحثة.

تبين من الجدول أن هناك أهمية نسبية للسياحة البيئية في تونس تتراوح بين ٣٨-٤٤% من حجم السياحة الدولية الوافدة بين عامي ٢٠٠٢-٢٠٠٩ لأن السياحة الأوروبية تمثل النسبة الأكبر إذ أنه وفقا لإحصاءات ٢٠٠٩ فإنها تشكل ٥٤.٢% من إجمالي السياحة الدولية الوافدة لتونس والباقي جنسيات أخرى. بصورة عامة فإن نسبة الوافدين من الدول العربية الإسلامية الوافدة من الشرق الأوسط لم تتجاوز ٠.٥% من إجمالي السياحة البيئية، إذ تركز السياحة البيئية الوافدة الي تونس بالأساس علي السياحة الوافدة من دول المغرب العربي.^(١)

• اما بالنسبة للمغرب، تشير بيانات UNWTO إلي تواضع الأهمية النسبية للسياحة البيئية في المغرب إلي إجمالي السياحة الدولية الوافدة ويتضح ذلك من خلال انخفاض نسبتها حيث تمثل ٣% عام ٢٠٠٢ من إجمالي ٤.٥ مليون سائح بحجم ١٣٤.٣٤٢ ألف سائح، لتصبح ٢.٧% من إجمالي السياحة الوافدة بحجم ١٧٨.٢١٢ ألف سائح عام ٢٠٠٦ من إجمالي ٦.٥ مليون سائح.^(٢) وفي عام ٢٠٠٧ بلغ اعدادهم ٢٠٠.٨١٦ الف سائح من إجمالي ٧.٤ مليون سائح بنسبة لا تتجاوز ٢.٧% ايضا. حيث تتجه المغرب إلي التركيز علي جذب السائحين الأوروبيين، اما بالنسبة لعام ٢٠٠٨ فقد اشارت بيانات UNWTO الي زيادة في عدد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية ٢١٩.٨٣٥ ولكن بمعدل نمو متناقص بلغ ٢.٦%.^(٣)

يتضح من العرض السابق ما يلي:

١. أن الأهمية النسبية للسياحة البيئية في الدول العربية الإسلامية قد تختلف من دولة سياحية لأخرى.

1- Le tourisme tunisien en chiffres 2009, op.cit.

2- UNWTO, Year book of Tourism Statistics op.cit, pp. 529-532.

3 - UNWTO, Year book of Tourism Statistics, 2004-2008, op.cit, pp. 536,539.

٢. تناقص نسبتها بالتدرج في غالبية الدول العربية

الإسلامية بغض النظر عن أهميتها النسبية إلى إجمالي السياحة الدولية الوافدة ، ويؤكد ذلك على ضرورة البدء في تحديد إمكانات التعاون فيما بين الدول العربية الإسلامية من أجل تنمية السياحة البيئية، وإزالة المعوقات التي تحول دون ذلك مما يؤدي إلى:

- زيادة أهميتها النسبية إلى إجمالي السياحة الوافدة
- زيادة نصيب هذه الدول من الحركة السياحية الدولية، وإيراداتها.
- تحقيق الاستقرار السياحي على المدى الطويل.

كثافتا تطور الإيرادات السياحية في الدول العربية الإسلامية (٢٠١٢-٢٠١٠)^(١)

(١) منطقة الشرق الأوسط :

زادت الإيرادات بين عامي (٢٠٠٠ - ٢٠٠٩) في منطقة الشرق الأوسط من ١٥.٢ مليار دولار عام ٢٠٠٠ إلى ٣٠.٦ مليار دولار عام ٢٠٠٦^(١) ليصل إلى ٣٥ مليار دولار عام ٢٠٠٧ بمعدل نمو يقدر بحوالي ١٤.٣% بين عامي ٢٠٠٦، ٢٠٠٧ حتى بلغت ٣٩.٧ مليار دولار عام ٢٠٠٨، ثم ٤١.٢ مليار دولار عام ٢٠٠٩ بزيادة تقدر بحوالي ٣.٨%^(٢). ثم بلغت ٥٠.٣ مليار دولار عام ٢٠١٠ بزيادة تقدر بحوالي ٢٤.٢%.

وعلى مستوى دول منطقة الشرق الأوسط فقد تفاوتت معدلات النمو في الإيرادات السياحية خلال الفترة (٢٠٠٠ - ٢٠٠٩) بين الدول المختلفة.

* لم يتوفر أي بيانات بخصوص تقدير الإيرادات المتحصلة من السياحة البيئية إلا أنه لم يتسن الحصول على هذه البيانات سوى في مصر حيث بلغت ٢.٠٦ مليار دولار لعام ٢٠١٠، راجع : وزارة السياحة المصرية، التقرير الإحصائي لعام ٢٠١٠.

١- منظمة المؤتمر الإسلامي، مرجع سابق ، ص ٨٣.

2- UNWTO, World Tourism Highlights 2010, op. cit, p. 5.

• المملكة العربية السعودية

تطورت الإيرادات السياحية في المملكة العربية السعودية بين عامي ٢٠٠٠ - ٢٠١٠ كما يتضح من الجدول التالي:

جدول (١٥): تطور الإيرادات السياحية

في المملكة العربية السعودية (٢٠١٠ - ٢٠٠٠)

السنة	الإيرادات (بالمليار دولار)	معدل النمو السنوي %
٢٠٠٠	٣.٣١٢	-
٢٠٠١	٣.٤١٥	٣.١
٢٠٠٢	٣.٤١٨	٠.٠٨
٢٠٠٣	٥.٦٥٣	٦٥.٤
٢٠٠٤	٦.٤٨٦	١٤.٧
٢٠٠٥	٥.١٤٩	٢٠.٦-
٢٠٠٦	٤.٩٥٥	٣.٨-
٢٠٠٧	٥.٩٦٨	٢٠.٤
٢٠٠٨	٥.٩١٠	٠.٩-
٢٠٠٩	٥.٩٦٤	٠.٩
٢٠١٠	٦.٨٤٨	١٤.٨

المصدر : (أ) بيانات ٢٠٠٠ - ٢٠٠١:

.sesric, op. Cit

(ب) بيانات ٢٠٠٢ - ٢٠٠٦ : منظمة المؤتمر الإسلامي، مرجع سابق .

(ج) بيانات ٢٠٠٧ - ٢٠٠٩:

UNWTO, World Tourism Highlight 2010, op.cit, p. 9

(د) بيانات ٢٠١٠ :

WTTC, travel & tourism economic impact, Saudi Arabia, 2010, p.3

يتبين من الجدول أن اعلي معدلات نمو الإيرادات السياحية كان في عام ٢٠٠٣ بينما كان اقل معدلات نموها عام ٢٠٠٥ بما يقدر بحوالي ٢٠.٦% ويتوافق ذلك مع النمو المالب للسباحة الدولية الوافدة في ذات العام .

- مصر: يلاحظ تزايد معدلات نمو الإيرادات السياحية في مصر حيث زادت منذ عام ٢٠٠٣ وحتى عام ٢٠٠٧ بعد انخفاض في حجم الإيرادات السياحية خلال عام ٢٠٠١ بمعدل -١١.٦% وذلك أعقاب أزمة ١١ سبتمبر حتى بلغ نمو الإيرادات السياحية عام ٢٠٠٤ أقصى معدلاته ٣٢.٦ % وزادت الإيرادات السياحية إلى ٦.١ مليار دولار بينما كانت عام ٢٠٠٣ تقدر بحوالي ٤.٦ مليار دولار ثم ظلت الإيرادات السياحية في زيادة حتى في ظل الأزمة المالية ٢٠٠٨ حتى بلغت ١١ مليار دولار بمعدل نمو يقدر بحوالي ١٨.٣% بالمقارنة بعام ٢٠٠٧ حيث كانت الإيرادات قد بلغت ٩.٣ مليار دولار. ولم تنخفض الإيرادات إلا بحلول عام ٢٠٠٩ لتصل إلى ١٠.٨ بنسبة نمو سالب -١.٨% حيث انعكست آثار الأزمة المالية ٢٠٠٨، ويوضح الجدول التالي تطور الإيرادات السياحية في مصر كما يلي:

جدول (١٦): تطور الإيرادات السياحية في مصر (٢٠٠٠-٢٠١١)

السنة	الإيرادات بـمليار دولار	معدل النمو %
٢٠٠٠	٤.٣	—
٢٠٠١	٣.٨	-١١.٦ %
٢٠٠٢	٣.٨	—
٢٠٠٣	٤.٦	٢١.١
٢٠٠٤	٦.١	٣٢.٦
٢٠٠٥	٦.٩	١٣.١
٢٠٠٦	٧.٦	١٠.١
٢٠٠٧	٩.٣	٢٢.٣
٢٠٠٨	١١	١٨.٣
٢٠٠٩	١٠.٨	-١.٨
٢٠١٠	١٢.٥	١٥.٧
٢٠١١	١١.٨	-٥.٦

المصدر: (أ) بيانات ٢٠٠٠-٢٠٠١:

sesrtsic, op. cit

(ب) بيانات ٢٠٠٢-٢٠٠٦: منظمة المؤتمر الإسلامي، مرجع سابق،

ص ٤٧

(ج) بيانات ٢٠٠٧-٢٠٠٩:

UNWTO, World Tourism Highlight 2010, op.cit, p. 9.

(د) بيانات ٢٠١٠ : وزارة السياحة المصرية، التقرير الاحصائي لعام

٢٠١٠، مرجع سابق.

(هـ) بيانات ٢٠١١^(٥):

WTTC, travel & tourism economic impact, Egypt, op.cit.

* ذكرت إيرادات السياحة في التقرير المشار اليه بالجنيه المصري وقامت الباحثة

بحساب القيمة بالدولار بسعر ٦ جنيه بتاريخ ٢٩ يوليو ٢٠١١.

• **سوريا:**

يوضح الجدول التالي تطور الإيرادات السياحية كما يلي :
جدول(١٧): تطور الإيرادات السياحية في سوريا (٢٠١١-٢٠٠٠)

السنة	الإيرادات (بالمليار دولار)	معدل النمو/
٢٠٠٠	١	-
٢٠٠١	١.٢	٢٠
٢٠٠٢	٠.٩٧٠	-١٩.١
٢٠٠٣	٠.٧٧٣	-٢٠.٣
٢٠٠٤	١.٨	١٣٢.٩
٢٠٠٥	١.٩	٥.٦
٢٠٠٦	٢	٥.٣
٢٠٠٧	٢.٩	٤٥
٢٠٠٨	٣.٢	١٠.٣
٢٠٠٩	٣.٨	١٨.٨
٢٠١٠	-	-
٢٠١١	٤.٧	-

المصدر : (١) بيانات ٢٠٠٠ - ٢٠٠١:

sesrtsic, op. cit

(ب) بيانات ٢٠٠٢ - ٢٠٠٦ : منظمة المؤتمر الاسلامي، مرجع سابق،
ص ٧٣ .

(ج) ٢٠٠٧ - ٢٠٠٨ :

UNWTO, World Tourism Highlight 2010, op.cit, p. 9

(د) بيانات ٢٠٠٩ :

UNWTO, World Tourism Highlight 2011, op.cit, p. 9

(هـ) بيانات ٢٠١١ :

WTTC, travel & tourism economic impact, Egypt, 2011, op.cit.

حيث يتبين من الجدول انتظام تطور الإيرادات السياحية في سوريا نحو زيادة مستمرة فيما عدا اعوام ٢٠٠٢ الذي كان العام التالي لازمة سبتمبر ٢٠٠١، وكذلك عام ٢٠٠٣ عام الازمة العراقية ثم الزيادة الكبيرة عام ٢٠٠٤ بعد تعافي السياحة السورية من اثار الازمة العراقية^(١).

• الأردن:

تطورت الإيرادات السياحية بين عامي ٢٠٠٠ - ٢٠٠٨ حيث تزايدت من ٧٢٢. مليار دولار عام ٢٠٠٠ إلى ٢.٩ مليار دولار عام ٢٠٠٧ ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول (١٨): تطور الإيرادات السياحية في الأردن (٢٠٠٠-٢٠١١)

السنة	الإيرادات بالليار دولار	معدل النمو%
٢٠٠٠	٧٢٢.	-
٢٠٠١	٧٠٠.	-٣
٢٠٠٢	١.٠٤٨	٤٩.٧
٢٠٠٣	١.٠٦٢	١.٣
٢٠٠٤	١.٣٣٠	٢٥.٣
٢٠٠٥	١.٤٤١	٨.٣
٢٠٠٦	١.٦٤٢	١٣.٩
٢٠٠٧	٢.٣١١	٤٠.٧
٢٠٠٨	٢.٩٤٣	٢٧.٣
٢٠٠٩	٢.٩١١	-٠.١
٢٠١٠	٣.٤	١٧
٢٠١١	٤	١٧.٦

المصدر: (١) بيانات ٢٠٠٠ - ٢٠٠١:

.sesrtsic, op. cit

١- تم الحصول على قيمة الإيرادات السياحية لعامي ٢٠١٠، ٢٠١١ بالدولار الأمريكي حيث قامت الباحثة بتحويل القيمة بالليرة السوري الي الدولار الأمريكي.

(ب) بيانات ٢٠٠٢ - ٢٠٠٦ : منظمة المؤتمر الاسلامي، مرجع سابق،

ص ٥٢

(ج) بيانات ٢٠٠٧ - ٢٠٠٩ :

UNWTO, World Tourism Highlight 2010, p.9

(د) بيانات ٢٠١٠ :

UNWTO, World Tourism highlight, 2011, op.cit, p. 4

(هـ) بيانات ٢٠١١ :

WTTC, Travel & Tourism economic Impact, Jordan, op.cit, , p. 7.

يشير الجدول السابق إلي أن نمو الإيرادات لم يكن في الاتجاه السالب سوي عام ٢٠٠١ بسبب أحداث سبتمبر ثم بدأت ترتفع بصورة كبيرة حتى بلغت أعلى معدلات النمو لتبلغ عام ٢٠٠٢ حوالي ٤٩.٧% وفي عام ٢٠٠٧ بلغ معدل نمو يقدر بحوالي ٤٠.٧% ثم بلغت ٢.٩ مليار دولار عام ٢٠٠٨، ثم انخفضت بما يساوي -٠.١% عام ٢٠٠٩ كرد فعل للزمة المالية العالمية، ثم عاودت الارتفاع بنسب تفوق ١٦% لعامي ٢٠١٠، ٢٠١١.

• وفي لبنان: يتضح من الجدول التالي تطور الإيرادات السياحية بصورة منتظمة ابتداء من عام ٢٠٠٧ بينما كانت في اقصى معدلات النقص عام ٢٠٠٤ العام التالي للزمة العراقية (-١٥.٦)، وكذا عام ٢٠٠٦ وهو العام الذي تزامنت فيه آثار اغتيال الحريري مع حرب تموز ٢٠٠٦ حيث بلغ معدل النقص حوالي -٩% بينما كان عام ٢٠٠٣ عاما مميزا في معدلات نمو الإيرادات السياحية حيث بلغ معدل النمو ما يقارب ٥٠%، وكانت تقديرات عام ٢٠١١ ايجابية حيث توقعت WTTC زيادة الإيرادات لتصل الي ٨.٩ مليار دولار.^(٩)

* وردت البيانات بتقرير wtcc باليرة اللبنانية وقامت الباحثة بتحويل القيمة الي دولار امريكي .

جدول (١٩): تطور الإيرادات السياحية في لبنان (٢٠١١-٢٠٠٠)

السنة	الإيرادات (بالمليار دولار)	معدل النمو%
٢٠٠٠	—	—
٢٠٠١	—	—
٢٠٠٢	٤.٣	—
٢٠٠٣	٦.٤	٤٨.٩
٢٠٠٤	٥.٤	١٥.٦-
٢٠٠٥	٥.٥	١.٩
٢٠٠٦	٥	٩-
٢٠٠٧	٥.٢	٤
٢٠٠٨	٥.٨	١١.٥
٢٠٠٩	٦.٨	١٧.٢
٢٠١٠	—	—
٢٠١١	٨.٩	—

المصدر:

(١) بيانات ٢٠٠٢ - ٢٠٠٦ : منظمة المؤتمر الاسلامي، مرجع

سابق، ص. ٥٦.

(ب) بيانات ٢٠٠٧ - ٢٠٠٩ :

UNWTO, World Tourism Highlight 2010, p.9

(ج) بيانات ٢٠١١ :

WTTC, Travel & Tourism economic Impact, Lebanon, op.cit.

(٢) منطقة شمال أفريقية:

تطورت الإيرادات في منطقة شمال أفريقية من ٣.٨ مليار دولار عام ٢٠٠٠ إلى ٨.٧ مليار دولار عام ٢٠٠٦ ثم أصبحت ١٠.٣ مليار دولار عام ٢٠٠٧ ^(١) حتى بلغت ١٠.٨ مليار دولار عام ٢٠٠٨، ثم ٩.٩ مليار دولار عام ٢٠٠٩ ^(٢). إلا أن توقعات عام ٢٠١١ أشارت إلى زيادة ملحوظة في الإيرادات السياحية في المغرب، وتونس لتصبح ٩.٥ مليار دولار ، ٣.٨ مليار دولار علي الترتيب.

1- UNWTO, World Tourism Barometer, oct. 2008, Vol.6 No. 3., p. 30

2- UNWTO, World Tourism Highlight 2010, op.cit, p. 5.

وفيما يلي تطور الإيرادات السياحية بسين عامي (٢٠٠٠ - ٢٠١١) كما يتضح من الجدول التالي في كل من تونس والمغرب :
جدول (٢٠): تطور الإيرادات السياحية بالمغرب وتونس (٢٠١١-٢٠٠٠)

السنة	الإيرادات السياحية (المغرب) بالمليار دولار	معدل النمو السنوي %	الإيرادات السياحية (تونس) بالمليار دولار	معدل النمو السنوي %
٢٠٠٠	٢	-	١.٧	-
٢٠٠١	٢.٥	٢٥	١.٨	٥.٩
٢٠٠٢	٢.٦	٤	١.٥	-١٦.٧
٢٠٠٣	٣.٢	٢٣	١.٦	٦.٧
٢٠٠٤	٣.٩	٢١.٩	١.٩	١٨.٨
٢٠٠٥	٤.٦	١٨	٢.١	١٠.٥
٢٠٠٦	٥.٩	٢٨.٣	٢.٣	٩.٥
٢٠٠٧	٧.٢	٢٢	٢.٦	١٣
٢٠٠٨	٧.٢	-	٣	١٥.٣
٢٠٠٩	٦.٦	-٨.٣	٢.٨	-٦.٧
٢٠١٠	٦.٧	١.٥	٢.٧	-٣.٥
٢٠١١	٩.٥	٤١.٨	٣.٨	٤٠.٧

المصدر: (أ) بيانات ٢٠٠٠ - ٢٠٠١:

.sesrtsic, op. cit

(ب) بيانات ٢٠٠٢ - ٢٠٠٦ : منظمة المؤتمر الإسلامي، مرجع سابق ص

ص ٦١، ٧٥

(ج) بيانات ٢٠٠٧ - ٢٠٠٩ :

UNWTO, World Tourism highlight, 2010

(د) بيانات ٢٠١٠:

UNWTO, World Tourism highlight, 2011, op.cit, p. 4

(د) بيانات ٢٠١١ :

WTTC, Travel & Tourism economic Impact, Morocco, op.cit, , p. 7.

(هـ) بيانات ٢٠١١ :

WTTC, Travel & Tourism economic Impact, Tunisia, 2011, p. 7.

• تونس:

بلغ نصيبها من الإيرادات السياحية حوالي ٢٧ % من إيرادات شمال افريقية وذلك وفقا لبيانات ٢٠١٠، وزادت الإيرادات السياحية بين عامي (٢٠٠٠ - ٢٠١١) بصورة مستمرة ولم تنخفض معدلات النمو نحو الاتجاه السالب -١٦.٧ % إلا عام ٢٠٠٢ حيث انخفضت الإيرادات السياحية من ١.٨ مليار دولار عام ٢٠٠١ إلى ١.٥ مليار دولار، وكذلك عام ٢٠٠٩ بنسبة -٦.٧ وكان ذلك جراء أزمة الرهن العقاري، أما عام ٢٠١٠ فقد انخفضت الإيرادات بمعدل -٣.٥% مما يدل على التعافي نسبيا بل اتجهت توقعات WTTC إلى زيادة بنسبة ٤.٧% مما يعني زوال أثر الأزمة.

• المغرب:

يلاحظ من الجدول السابق تزايد الإيرادات السياحية بالمغرب من ٢ مليار دولار عام ٢٠٠٠ إلى ٦.٦ مليار دولار عام ٢٠٠٩، وقد بلغ نمو الإيرادات السياحية أقصى معدلاته ٢٨% عام ٢٠٠٦ مقارنة بالعام السابق حيث زادت الإيرادات السياحية من ٤.٦ مليار دولار عام ٢٠٠٥ إلى ٥.٩ مليار دولار . ولم يتجه معدل نمو الإيرادات نحو السالب الا عام ٢٠٠٩ بما يساوي -٨.٣% وذلك جراء أزمة الرهن العقاري بينما كان عام ٢٠١٠ يحمل زيادة تقدر بحوالي ١.٥% في معدل نمو الإيرادات ، ووفقا لبيانات عام ٢٠١٠ فان نصيب المغرب من الإيرادات السياحية يمثل ٦٧ % من الإيرادات السياحية في شمال افريقية.

اتضح من العرض السابق ما يلي:

أن الإيرادات السياحية في الدول العربية الإسلامية في تزايد مستمر فيما عدا السنوات التي ولجتها السياحة الدولية فيها بعض الأزمات. يشير ذلك إلى الأهمية الاقتصادية المتزايدة للسياحة الدولية حيث تعد الإيرادات السياحية المؤشر المبني للتعرف على الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية؛ بناء عليه سوف يستعرض المبحث التالي الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية.

المبحث الثاني

الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية

تمهيد:

تم في المبحث الأول استعراض للتطور الذي طرأ علي إيرادات السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية حيث يمثل ذلك نقطة البدء في تحديد أهميتها الاقتصادية في تلك الدول^(*)؛ خاصة وأن رصد تطور عدد السائحين لم يعد وحده المعيار الرئيسي للتعرف علي تأثير السياحة الدولية في اقتصادات هذه الدول.

وتعد السياحة الدولية قاطرة التنمية الاقتصادية خاصة في الدول النامية؛ إذ تنصّح آثارها الاقتصادية في قدرتها علي خلق فرص العمل، والمساهمة في الناتج المحلي الإجمالي، وزيادة حصيلة الصادرات مما يسهم في تقليص العجز في ميزان المدفوعات، وينعكس علي تحسين نوعية الحياة للمواطنين، ولتخفيف من حدة الفقر.

وفيما يلي سوف يتم استعراض الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية؛ حتى يتم العمل علي مضاعفة هذا الأثر مما يعظم مساهمة السياحة الدولية في التنمية الاقتصادية لهذه الدول.

بناء علي ذلك سوف يتناول هذا المبحث العناصر التالية:

أولاً : كيفية التعرف علي الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية.

ثانياً : الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية ويشمل:

- أ- دور السياحة الدولية في خلق فرص للعمل
- ب- دور السياحة الدولية في المساهمة في الصادرات
- ج- دور السياحة الدولية في المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي
- د- مساهمة السياحة في الاستثمار.

* لم يعد عدد السائحين معياراً رئيساً في تقييم عوائد السياحة الدولية حيث إن مدة إقامة السائح ومتوسط إنفاقه لها من الأهمية في تعظيم الإيرادات المحققة من السياحة الدولية.

أولاً: كيفية التعرف على الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية:

عرفت منظمة (UNWTO) الإيرادات السياحية علي أنها: الإيرادات التي تحصل عليها دولة المقصد من السياحة الوافدة وتشمل كل الإيرادات الناتجة عن إتفاق الساتحين الدوليين علي الإقامة، والطعام والشراب، والنقل الداخلي، والوقود، والتسوق، والترفيه وغيرها.^(١) وهذه الإيرادات إيرادات سياحية مباشرة **direct revenues** ^(٢) تتولد لدي المشروعات السياحية كالفنادق، والمطاعم وشركات السياحة، ووكالات السفر وشركات النقل السياحي والبازارات.....الخ، (وهذا هو الأثر الاقتصادي المباشر).

ومن خلال علاقة السياحة كأحد القطاعات الاقتصادية مع بقية قطاعات الاقتصاد القومي تتولد إيرادات سياحية غير مباشرة **indirect revenues** من خلال ما يعرف باسم مضاعف الإنفاق السياحي **tourism multiplier** (وهو معامل يعبر عن مقدار التغير الحادث في دخل بلد ما بسبب تغير الإنفاق السياحي بمقدار وحدة واحدة) حيث إن العاملين في المشروعات السياحية ينفقون أجورهم أو جزء منها علي عدد كبير من السلع والخدمات كما أن هذه المشروعات تنفق علي التوسع والصيانة أو حتى شراء مستلزمات نشاطها اليومي فتحتاج إلي خدمات قطاع الزراعة، أو الصناعة، أو التشييد والبناء، وكل هذا يولد إيرادات (أو دخول) لدي هذه القطاعات ويلاحظ الترابط بين مضاعف الإنفاق أو الدخل السياحي (الإيرادات السياحية)، ومضاعف العمالة لان أي زيادة معينة في الإنفاق سوف تؤدي إلي رواج النشاط الإنتاجي للبلد المضيف بصورة مباشرة وغير مباشرة مما يؤدي إلي زيادة للناتج الكلي ويكون هذا مصحوباً بزيادة التوظيف . (وهذا هو الأثر الاقتصادي غير المباشر في مرحلته الأولى).

بعد ذلك يتكرر هذا الأثر بسبب علاقة القطاعات التي تتعامل مع قطاع السياحة مع باقي قطاعات الاقتصاد القومي، وكلما زاد الارتباط بين القطاع السياحي وباقي قطاعات الاقتصاد القومي كلما زادت قيمة

1- <http://www.UNWTO.org/facts/eng/methodological.htm> , accessed: Mar. 2010

2- Weaver, D. & Oppermann, M. , **Tourism Management**, New York: John Wiley & Sons Australia, 2000 p. 248.

مضاعف الإنفاق السياحي حيث يزداد الاعتماد المتبادل بينها مما يعني فترة القطاعات الاقتصادية الأخرى مثل الزراعة والصناعات الغذائية مثلا علي مقابلة احتياجات القطاع السياحي دون الحاجة إلي الاستيراد، حيث تتخفّض حجم التسريبات^(٢) من الإيرادات السياحية مما يحافظ علي العوائد الاقتصادية للسياحة الدولية داخل الاقتصاد القومي.^(١)

وقد تناولت عدد من الدراسات تقدير قيمة مضاعف الإنفاق السياحي في بعض الدول العربية الإسلامية^(*):

ففي مصر تم تقدير قيمة مضاعف الإنفاق السياحي، في رسالة للدكتوراه (سلوى فهمي ١٩٧٨) بحوالي ١.٣ كما أشارت دراسة (جليلة حسنين) في رسالة دكتوراه ١٩٩٤ الي قيمة المضاعف في الفترة من ١٩٨٧-١٩٩٠ بحوالي ٢.١^(٢)، وقد قامت El Tohamy &

* سبقت الإشارة في الفصل الأول إلي أشكال التسريبات

١- قيمة معامل المضاعف = التغير الحادث في الدخل / التغير الحادث في الإنفاق السياحي، وتعد فكرة المضاعف السياحي مشتقة من نظرية المضاعف التي ساهم في تطويرها كاهن وشومبيتر وأخرجها كينز، لمزيد من المعلومات راجع: جليلة حسنين، الطلب السياحي الدولي والتنمية السياحية في مصر، مرجع سابق، ص ٢٦١، ٢٧٤

** تختلف قيمة المضاعف من دولة إلي أخرى وذلك حسب المستوى الاقتصادي للدولة ومدى اعتماد الاقتصاد علي الذات حيث تتخفّض تسريبات الإيرادات السياحية وتزداد استفادة المجتمع منها خاصة وأن الاستيراد والادخار هما المحددان الرئيسيان لقيمة المضاعف ويمثلان النسبة الكبرى للتسريبات، كذلك تختلف قيمة المضاعف وفقا للمساحة الجغرافية ففي الدول ذات المساحة الكبيرة تزيد فرصة دوران الدخل السياحي داخل الاقتصاد القومي حيث تؤثر في باقي الأنشطة الاقتصادية الأخرى وتسهم في خلق دخول بصورة اكبر من للدول ذات المساحة الجغرافية المحدودة (لمزيد من المعلومات راجع جليلة حسنين، المرجع السابق، ص ٢٧٠) الا انه لم يتم التوصل لاي دراسات في باقي الدول العربية الإسلامية لتقدير قيمة مضاعف الإنفاق السياحي فيما عدا دراسة اسعد ابي رمان والراوي والتي افترضت ان قيمة المضاعف في الاردن تتراوح بين ١-٢ بما يقارب تقديره في لبنان بين ١.٢ الي ١.٤ ولم يذكر الاساس الذي قامت عليه هذه التقديرات، راجع : اسعد حماد أبو رمان، الراوي، مرجع سابق، ص. ٢٩٠.

٢- اعتمدت اغلب هذه التقديرات علي استخدام طريقة المضاعف الكنزي ١/ خ+م (راجع جليلة حسنين، الطلب السياحي الدولي والتنمية السياحية في مصر، مرجع سابق، ص. ٢٦٨)

swinscoe 2000 بتقدير قيمته بحوالي ٢.٦^(١)، وأخيرا قامت شيرين نصير في رسالة ماجستير ٢٠٠٤ بتقدير قيمة مضاعف الإنفاق السياحي بحوالي ١.٥٣^(٢).

وقد اعتمد تقدير دراسة El Tohamy & swinscoe 2000 على استخدام جداول المدخلات والمخرجات لعام ٩٢/٩١ وجداول ٩٧/٩٦ أما دراسة شيرين نصير فقد استخدمت جداول ٩٧/٩٦ وجدير بالذكر أن الجدولين يعتمدان على الحسابات القومية التي تعبر عن السياحة بقطاع المطاعم والفنادق فقط، ورغم أهمية هذا القطاع إلا أنه لا يعبر تعبيراً كاملاً عن جوانب أخرى للإنفاق السياحي مثل خدمات الإرشاد السياحي والبيارات والنقل السياحي الداخلي مثلاً إلا أن تقدير قيمة المضاعف بهذه الطريقة بعد أكثر دقة من طريقة كينز كما أن أغلب تقديرات المجلس الدولي للسياحة والسفر (WTTC) تفترض قيمة المضاعف بحوالي (٢) بما يعني مضاعفة الآثار الاقتصادية المباشرة للسياحة الدولية.^(٣)

وتحدد فعالية الآثار الاقتصادية للسياحة داخل الاقتصاد القومي بعدد من العوامل: ذكرها (Page, S. 1995, 2009)^(٤):

١- طبيعة المقصد السياحي من حيث إمكانيته السياحية، وما يتوافر فيه من تسهيلات: حيث أنه كلما توافرت بالمقصد السياحي عناصر جذب متنوعة طبيعية وتاريخية، بالإضافة إلي وجود تسهيلات سياحية متميزة كلما أدى ذلك إلي ارتفاع جاذبيته لدى السائحين مما يعني زيادة نسبة في أعداد السائحين وبالتالي الإيرادات السياحية، وما ينجم عنها من آثار داخل الاقتصاد القومي.

1- Sakr, M., Massoud, N. & Sakr, H., "Tourism in Egypt : an unfinished business", ECES working paper , no. 147, may 2009, p 12.

٢- شيرين عادل حسن نصير، تحليل اثر السياحة علي التنمية الاقتصادية في جنوب سيناء، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص. ١٤٩.

3- Sakr, M. Massoud, N. & Sakr, H., op.cit.

4- Page, S.J, **Tourism management: management for change** 3rd edition, Amsterdam: EL Sevier, Butterworth Heinemann, 2009, p. 483: 485.

٢- **حجم وطبيعة الإنفاق السياحي:** فكلما زاد متوسط إنفاق السائح، وعدد ليالي إقامته نسبيا كلما زادت الإيرادات السياحية الإجمالية، وما ينجم عنها من آثار اقتصادية علي المستوى الكلي.

٣- **طبيعة الاقتصاد القومي:** بمعنى هل هو اقتصاد خدمات أم تصنيع أم يعتمد علي الاثنين معا، وهذا يحدد بالضرورة وضع القطاع السياحي الخدمي وأهميته لدي الدولة وبرامج التنمية الموجهة إليه وبالتالي يحدد ذلك المردود الاقتصادي سواء علي المدى القصير أو الطويل.

٤- **مدي اعتماد الاقتصاد القومي علي الذات:** بما يحدد بالضرورة دورة الإنفاق السياحي داخل الاقتصاد القومي والتشابكات الامامية والخلفية، وما ينجم عنه من آثار اقتصادية من خلال مضاعف الإنفاق السياحي، بالإضافة إلي حجم للتسريبات من الإيرادات السياحية والتي تتزايد في الدول النامية ومنها الدول العربية الإسلامية.

بناء علي ما سبق فانه من الممكن استعراض الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية وفقا لما هو متاح من بيانات وذلك ما سوف يتم تناوله في النقطة التالية.

ثانياً: الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية:

أ. دور السياحة الدولية في خلق فرص العمل:

يرتبط نمو السياحة كنشاط خدمي بزيادة فرص العمل خاصة في الدول النامية حيث تعتمد الخدمة السياحية بالدرجة الأولى في معظم مراحل تقديمها علي اليد العاملة - خاصة الماهرة منها- بما يسهم في تحقيق رضا السائحين. وتتنوع فرص العمل في السياحة(*) كما يلي:

* هناك أيضا ما يعرف باسم العمالة المحفوزة التي يولدها الإنفاق السياحي داخل الاقتصاد القومي بصفة عامة عن طريق مضاعف التوظيف وهو الذي يربط بين التغير الناشئ في حجم التوظيف والتغير في الإنفاق السياحي بمقدار وحدة واحدة الا انه لا تتوافر لدي البحث سوي البيانات المتعلقة بفرص العمل المباشرة وغير المباشرة (راجع جليلة حسنين، الطلب السياحي الدولي والتنمية السياحية في مصر، مرجع سابق، ص ٢٧٤)

فرص عمل مباشرة:

وهي فرص العمل التي ترتبط بشكل صريح بالسياحة وتتطلب عددا من المهارات والمعارف المرتبطة بالقطاع السياحي كالعمالة في الإرشاد السياحي أو الفنادق أو شركات السياحة ووكالات السفر والبازارات وغيرها من المشروعات السياحية^(١)

فرص عمل غير مباشرة^(٢):

هي فرص العمل التي تتولد في القطاعات الاقتصادية التي ترتبط بالقطاع السياحي كالزراعة والصناعات الغذائية والنقل والتشييد والبناء وغيرها

(١) منطقة الشرق الأوسط: ووفقا لبيانات WTTC فإن مساهمة السياحة في خلق فرص العمل بمنطقة الشرق الأوسط قد بلغت وفقا لتقارير ٢٠٠٩ حوالي ٣.٢% من إجمالي العمالة بما يقدر بحوالي ١.٨ مليون فرصة عمل عام ٢٠٠٩، وحوالي ٤.٦ مليون فرصة عمل بما يوازي ٨% تقريبا من إجمالي العمالة المباشرة وغير المباشرة بالمنطقة.^(٢)

وبوضوح الجدول التالي تقديرات مساهمة السياحة الي إجمالي العمالة في عدد من الدول العربية الاسلامية.

١- محيا زيتون، مرجع سابق، ص ١٤٨.

* أشارت اغلب الدراسات إلي هذا المفهوم بينما اشترطت دراسة محيا زيتون ٢٠٠٢ ارتباطها بالقطاع السياحي آن تكون قد نشأت بسبب زيادة طلب القطاع السياحي علي منتجاتها وأخدماتها وإلا سوف يكون احتسابها ضمن اعمالة الناشئة عن الإنفاق السياحي مضللا خاصة حيث إنها قائمة في هذه القطاعات سواء وجد الإنفاق السياحي أم لا (لمزيد من المعلومات، راجع : محيا زيتون، مرجع سابق، ص ص ١٤٧ - ١٤٩).

2 - WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact , Syria,2011, p.12.

جدول رقم (٢١): مساهمة السياحة الى إجمالي العمالة
في عدد من الدول العربية الإسلامية ٢٠١١

الدولة	المساهمة المباشرة لإجمالي العمالة %	المساهمة غير المباشرة لإجمالي العمالة %
المملكة العربية السعودية	٢.٦	٩.٧
مصر	٦.٣	١٣.٩
موريتانيا	٤.٨	١٢.٤
الأردن	٧.٣	١٨.١
لبنان	٩.١	٣٢.٢
تونس	٧.٥	١٥.٥
المغرب	٨	١٧.٣

المصدر :

- WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Egypt, Op.cit
- WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Jordan 2011, Op.cit
- WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Syria , 2011Op.cit_١p.3.
- WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Saudi Arabia Op.cit_١pp.3,4
- WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Morocco, 2011, p. 3.
- WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Tunisia, Op.cit
- WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Lebanon, 2011, p. 3

بلاحظ من الجدول ما يلي :

- المملكة العربية السعودية تم تقدير المساهمة الاجمالية للسياحة في إجمالي العمالة بالاقتصاد بصورة مباشرة وغير مباشرة بحوالي ٩.٧% بما يقدر بحوالي ٧٨٧ ألف وظيفة، بينما كانت المساهمة المباشرة ٢.٦ % وذلك وفقا لبيانات WTTC ٢٠١٠.

• **مصر** وفقا لبيانات WTTC ٢٠١١ فان السياحة تسهم بشكل مباشر بحوالي ٦.٣% (*) من إجمالي الوظائف في مصر بما يقدر بحوالي ١.٥ مليون فرصة عمل، ١٣.٩% من إجمالي العمالة في الاقتصاد المصري بحجم ٣.٤ مليون فرصة عمل سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة (**).

• **سوريا** تم تقدير الإسهام المباشر للسياحة بحوالي ٣٢٠ ألف وظيفة بما يوازي ٤.٨% من إجمالي العمالة عام ٢٠١١ وفقا لبيانات WTTC كما تسهم في خلق فرص العمل لدخل الاقتصاد القومي بحوالي ٨٢٩ ألف وظيفة بما يوازي ١٢.٤% من حجم قوة العمل في سوريا.

• **الأردن** وفقا لبيانات WTTC ٢٠١١ فقد تم تقدير حجم العمالة السياحية المباشرة لعام ٢٠١١ بحوالي ٧.٣% من إجمالي العمالة في المملكة بما يساوي ١٣٠ ألف فرصة عمل، كما بلغ إسهامها حوالي ٣٢٢ ألف وظيفة بما يعادل ١٨.١% من إجمالي العمالة في المملكة وذلك بصورة مباشرة وغير مباشرة.

• **لبنان** وفقا لبيانات WTTC ٢٠١١ فقد تم تقدير حجم العمالة السياحية المباشرة لعام بحوالي ٩.١% بما يساوي فرصة ١٢٢ ألف فرصة عمل كما بلغ إسهامها حوالي ٤٣٢ ألف وظيفة بما يعادل ٣٢.٢% من إجمالي العمالة في المملكة وذلك بصورة مباشرة وغير مباشرة.

٢) **بالنسبة لمنطقة شمال افريقية** تمثل العمالة السياحية المباشرة حوالي ٢.٨ مليون فرصة عمل بما يقدر بحوالي ٥.٨%، وحوالي ١١.٢% من إجمالي

* هذا التقدير يقوم علي حصر كافة الوظائف في القطاع السياحي علي خلاف تقدير وزارة التنمية الاقتصادية اذ تعتمد تقدير وزارة التنمية الاقتصادية للعمالة علي اقتصار القطاع السياحي في الحسابات القومية علي قطاع المطاعم والفنادق فقط مما يعني إغفال باقي الوظائف في القطاع .

** ووفقا لبيانات وزارة التنمية الاقتصادية فقد تم تقدير العمالة السياحية المباشرة لعام ٢٠٠٧-٢٠٠٨ بحوالي ٣٨٠ ألف وظيفة بما يعادل ١.٨% من إجمالي العمالة :
لمزيد من المعلومات راجع :

Sakr, M.Massoud, N. & Sakr, H., Op.cit , P. 9

العمالة بالمنطقة (مباشرة وغير مباشرة)^(١) بما يساوي ٥.٤ مليون فرصة عمل وذلك عام ٢٠٠١.

• **تونس** كان حجم للعمالة السياحية المباشرة مقدرة بحوالي ٢٤٦ ألف وظيفة بما يعادل ٧.٥% من قوة العمل بالدولة عام ٢٠١١، وباحتساب الإسهام غير المباشر للسياحة الدولية إلى إجمالي العمالة في الاقتصاد بلغت النسبة حوالي ١٥.٥% بعدد ٥٠٩ ألف وظيفة بناء على بيانات ٢٠١١ والصادرة عن WTTC.

• **المغرب** وتبعاً لبيانات المصدر ذاته عام ٢٠١١ تم تقدير حجم العمالة السياحية المباشرة بحوالي ٩١٨ ألف فرصة عمل بما يعادل ٨% من إجمالي العمالة، ومع إضافة العمالة غير المباشرة تم احتساب عدد الوظائف بحوالي ٢.٠١ مليون وظيفة بما يعادل ١٧.٣% من إجمالي حجم قوة العمل في الاقتصاد وفقاً لعام ٢٠١١

يتضح من العرض السابق ما يلي :

- وجود تقارب كبير في حجم مساهمة السياحة في خلق فرص العمل من دولة لأخرى.
- أهمية هذا القطاع في خلق فرص العمل سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة .

يبدو دور السياحة الدولية في المساهمة في الصادرات وتوحيها:

يعد هدف تنمية الصادرات من أهم الأهداف الاقتصادية في الدول النامية خاصة في ظل انفتاح الأسواق ومحاولة الدول المتقدمة زيادة مكاسبها من التجارة الدولية؛ فهو يضمن تنمية موارد الدول النامية من العملات الأجنبية بما يسهم في زيادة الدخل القومي^(٢)، وتخفيف عجز ميزان المدفوعات^(٣) ويؤدي إلى انخفاض تبعيتها للدول المتقدمة.

1- WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Tunisia, 2009, p. 6

٢- عبد الرحمن يسري احمد، "دور الدولة في تنمية الصادرات في إطار الظروف المعاصرة"، في : جليلة حسن حسنين(المحرر)، مرجع سابق، ص ص. ١٨٣-١٨٤.

* يعرف ميزان المدفوعات بأنه السجل الذي يتضمن كل المعاملات الاقتصادية التي تتم بين المقيمين والعالم الخارجي خلال فترة زمنية معينة سنة عادة وهو ينقسم إلى جانبين جانب دائن تقيد فيه الإيرادات وجانب مدائن تقيد فيه المدفوعات أو المصروفات (المزيد من المعلومات راجع إسماعيل عبد الرحمن، حربي موسى عريقات.

وتعتبر الإيرادات السياحية المباشرة لحد مصادر النقد الأجنبي للدولة من خارج الاقتصاد القومي لذا يقيد جميع ما ينفقه السائحون الأجانب على السلع والخدمات داخل الدولة السياحية في ميزان المدفوعات في الجانب الدائن أي جانب الإيرادات أو المتحصلات لذا فهي تعد من قبيل الصادرات غير المنظورة^(*)؛ حيث تشير بيانات منظمة UNWTO لعام ٢٠٠٨ إلى أن الإيرادات السياحية تمثل ٣٠% من حجم صادرات الخدمات في العالم وكلما زادت حجم الإيرادات السياحية كلما زادت مساهمة السياحة كأحد الصادرات غير المنظورة^(**)، وكلما أدى ذلك إلى تخفيف عجز ميزان المدفوعات خاصة في الدول النامية ومنها الدول العربية الإسلامية.

وقد أشارت دراسة محيا زيتون إلى أن ضالة مساهمة عناصر النقد الأجنبي الأخرى كالصادرات السلعية، والبترول، وقناة السويس في مقابل ارتفاع مساهمة السياحة يعني ضعف الاقتصاد وهشاشته نظرا لاعتماده على صناعة حساسة كالسياحة^(١).

(١) منطقة الشرق الأوسط:

وفقا لبيانات WTTC ٢٠٠٩ فإن السياحة الدولية تسهم بحوالي ٦.٢% من إجمالي الصادرات^(٢).

* يمثل إنفاق المواطنين على السياحة في الخارج مدفوعات يتم قيدها في الجانب المدين ويمثل واردات غير منظورة ومن مقابلة إيرادات السياحة الدولية أمام السياحة العكسية يتم إعداد ما يعرف باسم الميزان السياحي من أجل التعرف على صافي الإيرادات السياحية وكلما زادت إيرادات السياحة الوفدة في مقابل السياحة العكسية كلما كان الميزان السياحي في صالح الدولة.

** الصادرات غير المنظورة هي ما يطلق عليه في ميزان المدفوعات ميزان الخدمات والذي تسجل فيه جميع المعاملات الخدمية كالسياحة والنقل والتأمين والخدمات المالية ويتوقف حجم مساهمة السياحة الدولية في الصادرات على قيمة التسريبات التي تتخذ شكل واردات مستلزمات التشغيل والتي تقيد في الجانب المدين في ميزان المدفوعات.

١- محيا زيتون ص ص ١٤٢ : ١٤٧ .

2- WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact , Jordan, 2011,op.cit, p12

بلا حظ من الجدول ما يلي :

- المملكة العربية السعودية تمثل إيرادات السياحة الدولية حوالي ٣% من إجمالي الصادرات بالمملكة ٧.٤ مليار دولار وفقاً لتوقع WTTC لعام ٢٠١٠ وحوالي ٧٦.٢% من إجمالي صادرات الخدمات بالمملكة وفقاً لتقديرات UNWTO ٢٠٠٧.
- مصر: وفقاً لتوقعات WTTC ٢٠١١ كانت المساهمة حوالي ٢٠.٥% من إجمالي الصادرات^(١)، وفقاً لبيانات UNWTO ٢٠٠٧ فقد مثلت حجم مساهمة السياحة حوالي ٥١.٨% من صادرات الخدمات.
- سوريا: تمثل السياحة الدولية ٢١.٧% من إجمالي الصادرات وفقاً لتوقعات ٢٠١١، وحوالي ٧٦.٩% من صادرات الخدمات وفقاً لبيانات UNWTO ٢٠٠٧.
- الأردن: تمثل السياحة حوالي ٣٠.١% من إجمالي الصادرات في الأردن وذلك وفقاً لبيانات WTTC ٢٠١١، كما كانت تمثل حوالي ٨٠.٨% من صادرات الخدمات وفقاً لبيانات UNWTO ٢٠٠٧.
- لبنان: تمثل السياحة الدولية ٣٢.١% من إجمالي الصادرات وفقاً لتوقعات ٢٠١١ و ٤٤.٥% إلى إجمالي صادرات الخدمات وفقاً لبيانات UNWTO ٢٠٠٧.

(٢) منطقة شمال افريقية:

وفقاً لبيانات WTTC عام ٢٠٠٩ فقد مثلت السياحة الدولية ١٨.١% من إجمالي الصادرات بالمنطقة^(١)

* قامت دراسة (2009) Sakr, M.Massoud,N. & Sakr, H. بتقدير مساهمتها للعام ٢٠٠٧ بحوالي ٤٠% من إجمالي الصادرات غير المنظورة، وقد قامت الدراسة بتقدير تلك المساهمة بناء على بيانات البنك المركزي ٢٠٠٧ / ٢٠٠٨، لمزيد من المعلومات راجع:

Sakr, M.Massoud, N. & Sakr, H., op.cit, P. 11.

1- WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Tunisia, 2009, op.cit, p. 6.

- **في تونس:** تمثل إيرادات السياحة الدولية ١٥.٩% من إجمالي الصادرات وفقا لتوقعات WTTC ٢٠١١، وحوالي ٦٨.٧% من صادرات الخدمات وفقا لبيانات UNWTO 2007.
- **أما في المغرب:** فتمثل السياحة الدولية حوالي ٢٦.٣% من إجمالي الصادرات وفقا لتوقعات WTTC ٢٠١١، وبما يقدر بحوالي ٦٨.٣% من صادرات الخدمات وفقا لبيانات UNWTO لعام ٢٠٠٧.

ويوضح الجدول التالي تقديرات مساهمة السياحة الي إجمالي الصادرات في عدد من الدول العربية الإسلامية:

جدول رقم (٢٢): نسبة مساهمة السياحة الي إجمالي الصادرات وصادرات الخدمات

الدولة	نسبة مساهمة السياحة الي إجمالي الصادرات %	نسبة مساهمة السياحة الي صادرات الخدمات %
المملكة العربية السعودية	٣	٧٦.٢
مصر	٢٠.٥	٥١.٨
سوريا	٢١.٧	٧٦.٩
الأردن	٣٠.١	٨٠.٨
لبنان	٣٢.١	٤٤.٥
تونس	١٥.٩	٦٨.٧
المغرب	٢٦.٣	٦٨.٣

المصدر

١- بيانات مساهمة السياحة لأجمالي صادرات الخدمات:

UNWTO, compendium of tourism statistics data 2003-2007, 2009 edition, PP. 60,95,104,126,167,184,191.

٢- بيانات مساهمة السياحة الي إجمالي الصادرات :

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Egypt , op.cit

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Syria , op.cit

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Jordan, 2011, op.cit.
WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Morocco, op.cit
WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Tunisia 2011, op.cit
WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Saudi Arabia, op.cit
WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Lebanon, op.cit

ج. دور السياحة الدولية في المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي :

يعرف الناتج المحلي الإجمالي (GDP) **Product** على أنه "القيمة النقدية الكلية للسلع والخدمات النهائية المنتجة بواسطة الأمة خلال فترة زمنية معينة (سنة مثلاً)، وهو المقياس الذي يتم من خلاله التعرف على أداء الاقتصاد لدولة معينة^(١). وبعبارة أخرى فإن انخفاض الناتج المحلي الإجمالي يعني انخفاضاً في الأداء الاقتصادي للدولة، أو قد يمثل نتيجة لحدوث الركود الاقتصادي أو الأزمات المالية^(٢)، وعندما يزيد معدل نمو إجمالي الناتج المحلي فإن ذلك يعد مؤشراً للنمو الاقتصادي للدولة.

وتعد السياحة أحد أهم الأنشطة الاقتصادية التي تسهم في إجمالي الناتج المحلي في العالم، ومن هنا تأتي أهمية هذا القطاع في اقتصادات التنمية، وكلما زاد ما للقطاع السياحي من ارتباطات وتشابكات أمامية وخلفية^(**) بباقي قطاعات الاقتصاد القومي كلما ارتفعت أهميته النسبية في الاقتصاد القومي لما ينجم عنها من توليد إيرادات أخرى لهذه القطاعات، وبعبارة أخرى فإنه كلما كانت حجم الارتباطات والتشابكات كبيرة كلما زادت مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لأن ذلك يعني أن ما تقدمه هذه القطاعات من مخلات للقطاع السياحي تستطيع الوفاء باحتياجاته دون

١- كامل بكري، احمد رمضان نعمة الله، إيمان عطية نصف، مبادئ الاقتصاد الكلي، كلية التجارة قسم الاقتصاد، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٣، ص ص ٢٩-٣٠

* راجع الفصل الأول

** أوضحت دراسة محيا زيتون ٢٠٠٢ إن للقطاع السياحي تشابكات خلفية واسعة مع قطاعات الاقتصاد القومي خاصة صناعة المشروبات ويليها الصناعات الغذائية، راجع ص ٢٣٣ وما بعدها.

الحاجة إلى استيراد مستلزمات تشغيله^(٩) من الخارج مما يعني تقليل حجم تسريبات النقد الأجنبي، وزيادة العائد الصافي من السياحة، وكلما كانت هذه التشابكات محدودة أو ضعيفة كلما أدى ذلك إلى انخفاض مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي وكلما انخفضت أهميته في الاقتصاد القومي. وعليه فإن حجم مساهمة القطاع السياحي إلى إجمالي الناتج المحلي تحدد كلا من:

• مدي اعتماد الاقتصاد القومي على الذات : من خلال قدرة القطاعات الاقتصادية على تغذية قطاع السياحة بما يحتاج من مدخلات.

• أداء القطاع السياحي وحجم الآثار الاقتصادية الناتجة عنه: سواء بالنسبة للقطاعات الاقتصادية المرتبطة بالسياحة بصورة مباشرة مثل صناعات المنتجات الحرفية للتذكارية أو للصناعات الغذائية وتمثل مساهمة السياحة الدولية في إجمالي الناتج المحلي نسبة ٩.٩% وذلك وفقا لتقدير WTTC ٢٠٠٩ وهذا يشير إلى ارتفاع حجم مساهمتها في النمو الاقتصادي العالمي^(١٠)، وفيما يلي استعراض لمساهمة السياحة الدولية في الناتج المحلي الإجمالي في عدد من الدول العربية الإسلامية ذات الوزن السياحي الأهم في لشرق الأوسط،^(١١) وشمال إفريقيا:

• يقصد بها ليس فقط السلع والتجهيزات الفندقية أو الأغذية والمشروبات بل تشمل أيضا العمالة الأجنبية وكافة أشكال التنفقات النقدية من قطاع السياحة الوطني إلى خارج الاقتصاد .

1- World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009: Managing in a Time of Turbulence, (https://members.weforum.org/pdf/TTCR09/TTCR09_FullReport.pdf), accessed: Dec, 2010, p.3.

** اعتمدت تقديرات WTTC في حساب اسهام السياحة الي اجمالي الناتج المحلي علي الناتج المحلي الاجمالي بالاسعار الجارية وقد استكلت الباحثة علي ذلك من خلال مقارنة القيم الرقمية للمساهمة بين بيانات وزارة السياحة المصرية، وبيانات WTTC وقد تبين تقارب التقدير حيث بلغت وفقا لتقدير وزارة السياحة لعام ٢٠٠٧ - ٢٠٠٨ حوالي ٦.٧% وذلك بصورة مباشرة حيث تم احتساب نسبة ليرادات السياحة الي اجمالي الناتج المحلي بالاسعار الجارية، الا ان جميع قيم ٢٠١١ حسبت وفقا للأسعار الثابتة.

(١) منطقة الشرق الأوسط:

قدر إسهام السياحة الدولية بالمنطقة بحوالي ٢.٧% بصورة مباشرة، وحوالي ٩.٦% وذلك بصورة مباشرة وغير مباشرة وفقاً لبيانات ٢٠٠٩^(١)

- **في المملكة العربية السعودية** مثل إسهام السياحة في الناتج المحلي الإجمالي ما يعادل ١.٩%، وما يولّي حوالي ٩.٥% من إجمالي الناتج المحلي بصورة مباشرة وغير مباشرة لعام ٢٠١٠.
- **مصر** وفقاً لتقدير WTTC^{٢٠١١} فقد بلغ حجم مساهمة السياحة المباشرة حوالي ٧.٣%، ١٥.٨% بصورة غير مباشرة.
- **سوريا** فقد ساهمت السياحة الدولية بنسبة ٥.٧% من الناتج المحلي الإجمالي، وذلك (بصورة مباشرة) بما يعادل ١.٧ مليار دولار وذلك عام ٢٠٠٩، ١٤.٢% بصورة غير مباشرة بما يعادل ٦.٧ مليار ليرة سوري.
- **الأردن**^(٢) ووفقاً لبيانات WTTC ٢٠١١ فقد ساهمت السياحة الدولية بصورة مباشرة بحوالي ٨.٣% من الناتج المحلي الإجمالي بصورة مباشرة، وبما يعادل ٢٠.٣% بصورة مباشرة وغير مباشرة.
- **لبنان** ساهمت السياحة بحوالي ٩.٤% من الناتج المحلي الإجمالي بصورة مباشرة، و ٣٣.٨% بصورة غير مباشرة

1- WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Jordan, 2009, op.cit.

* وفقاً لبيانات وزارة السياحة والآثار، والبيانات الصادرة من وزارة المالية فإن مقدار مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي قد بلغت ١٤.٧% ٢٠٠٨ علماً بأن النسبة قد بلغت ١٤% عام ٢٠٠٧، راجع :
المملكة الأردنية الهاشمية ، وزارة السياحة والآثار الأردنية مديرية الدراسات والمعلومات، التقرير الإحصائي التحليلي لقطاع السياحة ٢٠٠٨، ٢٠٠٧

(٢) أما في منطقة شمال افريقية: يمثل حوالي ٥.٣% بصورة مباشرة، وحوالي ١١.٣ بصورة مباشرة وغير مباشرة لعام ٢٠٠٩.^(١)

• **في تونس** ووفقا لبيانات WTTC فقد ساهمت السياحة الدولية بنسبة ٨.٢% من إجمالي الناتج المحلي بصورة مباشرة بما يعادل ٥.٨ مليار دينار تونسي وذلك عام ٢٠١١، ١٧% بصورة غير مباشرة بما يقدر بحوالي ١٢ مليار دينار تونسي.

• **أما في المغرب** فيمثل الإسهام المباشر للسياحة الدولية ٩.١% من إجمالي الناتج المحلي في المغرب بما يقدر بحوالي ٤.٢ مليار دينار مغربي لعام ٢٠١١، وحوالي ١٩.٥% من الناتج المحلي الاجمالي بصورة مباشرة وغير مباشرة.

ويوضح الجدول التالي تقديرات الناتج المحلي الاجمالي في عدد من الدول العربية الاسلامية مع بيان مصدر هذه التقديرات:

جدول (٢٢): تقديرات مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي ٢٠١١

الدولة	حجم مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي (GDP) بصورة مباشرة %	حجم مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي (GDP) بصورة غير مباشرة %
المملكة العربية السعودية	١.٩	٩.٥
مصر	٧.٣	١٥.٨
سوريا	٥.٧	١٤.٢
الأردن	٨.٣	٢٠.٣
لبنان	٩.٤	٣٣.٨
تونس	٨.٢	١٧
المغرب	٩.١	١٩.٥

المصدر :

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Egypt, 2011, op.cit

1- WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Morocco, 2009, op.cit.

WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Jordan 2011, op.cit
WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Morocco, 2011, op.cit
WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Tunisia, 2011, op.cit
WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Syria 2011, op.cit
WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Saudi Arabia , op.cit
WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact :Lebanon , op.cit

يتضح من العرض السابق:

أولاً: تقارب حجم مساهمة القطاع السياحي الي اجمالي الناتج المحلي في الدول العربية الإسلامية محل الدراسة.

ثانياً: انخفاض حجم المساهمة المباشرة للسياحة الدولية في الناتج المحلي الإجمالي في اغلب الدول العربية الإسلامية ويمكن إرجاع ذلك إلي عدم اعتماد اقتصادات هذه الدول علي الذات مما يعني انخفاض حجم التشابكات بين القطاع السياحي وباقي القطاعات وارتفاع حجم تسربات النقد الأجنبي نتيجة تزايد الاعتماد علي الاستيراد لمعظم مستلزمات للقطاع السياحي.

د مساهمة السياحة في الاستثمار:

ظلت التنمية الاقتصادية في الدول العربية الإسلامية لعقود طويلة يتم تمويلها ماليا سواء من الدولة، لو القروض الداخلية او الخارجية، الا انه خلال العقود الثلاثة الاخيرة من القرن العشرين تعاظم دور الاستثمار الخاص المحلي والاجنبي في تمويل التنمية الاقتصادية خاصة مع سعي من عدد كبير من الحكومات لاتباع برامج الاصلاح الاقتصادي^(١)، وتعتبر السياحة من القطاعات الجاذبة للاستثمارات المحلية والاجنبية بما يسهم في دعم اقتصادات الدول، وتعتبر الدول العربية الإسلامية من الدول الجاذبة للاستثمارات نظرا لأنها تتمتع بمقومات جذب سياحي مميزة مما يسمح بمزيد من الاستثمارات التي تقابل الطلب السياحي الحالي والمتوقع.^(٢)

١- عدنان داوود محمد العذاري، " اثر الاستثمار الاجنبي المباشر في الاقتصاد الاردني، بحوث اقتصادية عربية، العدد ٤٦، ربيع ٢٠٠٩، ص ١٥٦، وراجع ايضا : محمد يونس عيد الحليم، " دور القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية(الحالة المصرية)، المجلة العلمية لكلية التجارة بنين جامعة الازهر ، العدد ٢٩، ٢٠٠٤، ص ص ٣٦٥-٣٦٦.

٢- جيلية حسنين، مناخ الاستثمار السياحي في مصر:(تحليل دور واهمية العوامل المؤثرة فيه)، في جيلية حسنين (المحرر)، دراسات في التنمية السياحية، ٢٠٠٧، ص ص ١٢٧ - ١٢٨.

(١) منطقة الشرق الاوسط : وفقا لبيانات ٢٠٠٩ فقد مثلت حجم

الاستثمارات السياحية بمنطقة الشرق الاوسط حوالي ١١.٩% من اجمالي الاستثمارات.^(١)

• المملكة العربية السعودية: مثلت الاستثمارات السياحية ٤.١% من حجم الاستثمارات السعودية بما يعادل ٣.٩ مليار دولار عام ٢٠١٠.

• مصر: وفقا لبيانات WTTC عام ٢٠١١ مثلت الاستثمارات السياحية حوالي ١١.٣% من اجمالي الاستثمارات وقد قدرت بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة و الاحصاء قيمة الاستثمارات المنفذة فى قطاع الفنادق السياحية بحوالي ٥.٦ مليار جنيه عام ٢٠٠٨/٢٠٠٧ تراجعت إلى ٣.٨ مليار جنيه عام ٢٠٠٨/٢٠٠٩ نتيجة الأزمة الاقتصادية العالمية بنسبة -٣٢% ^(٢)

• سوريا: مثلت الاستثمارات السياحية حوالي ٧.٦% من اجمالي الاستثمارات بسوريا، بحجم ٣٩.٩ مليار ليرة سوري وذلك وفقا لبيانات WTTC لعام ٢٠١١.

• الأردن: تمثل الاستثمارات السياحية في الاردن ٨.٧% بحجم ٤١٨ مليون دينار اردني وذلك تبعا لبيانات wtcc ٢٠١١

• لبنان: تمثل الاستثمارات السياحية عام ٢٠١١ حوالي ١٠.٢% من اجمالي الاستثمارات ١.٨ مليار ليرة.

(٢) منطقة شمال افريقية: وفقا لبيانات عام ٢٠٠٩ فقد مثلت الاستثمارات السياحية حوالي ١٤.٢ مليار دولار بنسبة ١٠.٧% من حجم الاستثمارات بالمنطقة.^(٣)

1- WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Jordan, 2009, op.cit.

٢. الجهاز المركزي للتعبئة العامة و الاحصاء ، " دراسة "قطاع السياحة المصري وأهميته الاقتصادية":

<http://www.capmas.gov.eg/news.aspx?nid=852>, accessed: Oct., 2011.

3- WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Morocco, 2009, op.cit.

- **تونس** : تمثل الاستثمارات السياحية وفقا لبيانات WTTC لعام ٢٠١١ حوالي ١.٤ مليار دينار تونسي بما يعادل ٨.٤% من إجمالي الاستثمارات الاجمالية بتونس.
- **المغرب** : تمثلت الاستثمارات السياحية حوالي ١١.٤% من إجمالي الاستثمارات المغربية وذلك وفقا لبيانات WTTC لعام ٢٠١١ بما يعادل ٢٨.٥ مليار دينار مغربي.

جدول (٢٤): تقديرات مساهمة السياحة الي إجمالي الاستثمارات

في الدول العربية الاسلامية ٢٠١١

الدولة	نسبة مساهمة السياحة الي إجمالي الاستثمارات %
السعودية	٤.١
مصر	١١.٣
سوريا	٧.٦
الأردن	٨.٧
لبنان	١٠.٢
تونس	٨.٤
المغرب	١١.٤

المصدر :

- WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Egypt, 2011, op.cit
 WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Jordan 2011, op.cit
 WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Morocco, 2011, op.cit
 WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Tunisia, 2011, op.cit
 WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Syria 2011, op.cit
 WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Saudi Arabia , op.cit
 WTTC ,Travel & Tourism Economic Impact: Lebanon , op.cit

الخلاصة:

تناول الفصل الثاني الأهمية الاقتصادية للسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية وذلك في مبحثين:

المبحث الأول تطور حركة السياحة الدولية وإيراداتها في الدول العربية الإسلامية بما يعد مؤشرا مبدئيا للتعرف على الأهمية الاقتصادية للسياحة الدولية في تلك الدول وذلك خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١١) وقد تبين من العرض ما يلي:

أولاً: تزايد أعداد السائحين في الدول العربية الإسلامية سواء تلك الواقعة في شمال افريقية أو الشرق الأوسط باستمرار فيما عدا السنوات التي واجهت السياحة الدولية فيها بعض الأزمات مثل أزمة سبتمبر ٢٠٠١، والأزمة المالية العالمية ٢٠٠٨ مما يعطي مؤشرا مبدئيا حول تنامي الحركة السياحية الوافدة إلى هذه الدول.

وحتى تكتمل الرؤية حول تطور الحركة السياحية في الدول العربية الإسلامية فقد كان من الضروري الإشارة أيضا إلى التطور الحادث في السياحة البيئية، وقد تبين ما يلي:

١. أن الأهمية النسبية للسياحة البيئية في الدول العربية الإسلامية قد تختلف من دولة سياحية لأخرى حيث تزداد نسبيا في بعض الدول مثل لبنان والأردن مقابل بعض الدول الأخرى كالمغرب مثلا.

٢. أنه من الملاحظ بصورة عامة تواضع نسبتها إلى إجمالي السياحة الدولية الوافدة في بعض الدول ذات الوزن السياحي في كل من منطقة الشرق الأوسط، وشمال افريقية مثل المغرب و تونس ومصر ، كما يلاحظ تناقص نسبتها بالتدرج في غالبية الدول محل البحث وقد تم إرجاع ذلك إلى زيادة الأهمية النسبية للوافدين من الجنسيات الأخرى على حساب السياحة البيئية ومحاولة هذه الدول بذل المزيد من الجهود لجذب السائحين من الجنسيات الأخرى. ويؤكد ذلك على ضرورة البدء في تحديد إمكانيات التعاون فيما بين الدول العربية الإسلامية من أجل تنمية السياحة البيئية.

ثانياً: أن الإيرادات السياحية في الدول العربية الإسلامية في تزايد مستمر فيما عدا السنوات التي واجهت السياحة الدولية فيها بعض الأزمات ، يشير ذلك إلى الأهمية الاقتصادية المتزايدة للسياحة الدولية حيث تعد الإيرادات السياحية المؤشر المبدئي للتعرف على الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية بناءً عليه تم دراسة الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية

في الدول العربية الإسلامية في مبحث مستقل حيث تناول الفصل في البداية كيفية التعرف علي الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية والعوامل المحددة لحجم هذه الآثار. ثم تم استعراض تلك الآثار وفقا لما هو متاح من بيانات في عدد من الدول العربية الإسلامية ذات النصيب النسبي الأهم سياحيا في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في العناصر التالية:

- أهمية السياحة الدولية في خلق فرص العمل سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة حيث يرتبط نمو السياحة كنشاط خدمي بزيادة فرص العمل خاصة في الدول النامية وتبين وجود تقارب كبير في حجم مساهمة السياحة في خلق فرص العمل من دولة لأخرى.
كما اتضح أهمية هذا القطاع في خلق فرص العمل سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة.
- دور السياحة الدولية في المساهمة في الصادرات وتويعها:
حيث تعتبر الإيرادات السياحية المباشرة احد مصادر النقد الأجنبي للدولة من خارج الاقتصاد القومي لذا فهي تعد من قبيل الصادرات غير المنظورة، وقد تم استعراض دورها في المساهمة في الصادرات في عدد من الدول العربية الإسلامية.
- دور السياحة الدولية في المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي:
وهذه المساهمة تأتي من خلال ما للقطاع السياحي من ارتباطات وتشابكات أمامية وخلفية بباقي قطاعات الاقتصاد القومي وما ينجم عنها من توليد إيرادات أخرى لهذه القطاعات، وقد تبين انخفاض حجم مساهمة السياحة الدولية في الناتج المحلي الإجمالي في اغلب الدول العربية الإسلامية مما يعني انخفاض حجم التشابكات بين القطاع السياحي وباقي القطاعات وارتفاع حجم تسريبات النقد الأجنبي نتيجة تزايد الاعتماد علي الاستيراد لمعظم مستلزمات القطاع السياحي.
- مساهمة السياحة في الاستثمار:
تعتبر السياحة من القطاعات الجاذبة للاستثمارات المحلية والأجنبية بما يسهم في دعم اقتصادات الدول، وقد تبين ما للسياحة من مساهمة في الاستثمار في الدول العربية الإسلامية محل الدراسة.

الباب الثانى

**العوامل غير الاقتصادية المؤثرة على السياحة
الدولية فى الدول العربية الإسلامية**

الفصل الثالث

**أثر العوامل السياسية علي السياحة الدولية
في الدول العربية الإسلامية**

الفصل الثالث

أثر العوامل السياسية علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية

مقدمة:

تنسجم السياحة الدولية بالحساسية الشديدة تجاه العوامل التي تؤثر علي الاستقرار السياسي للمقاصد السياحية المختلفة؛ حيث ان لهذه العوامل القدرة علي التأثير علي نفسية السائحين، وتفضيلاتهم بصورة مباشرة، او غير مباشرة مما يؤثر علي اتخاذ قرار السفر وينعكس علي التمتع السياحي للمقاصد المختلفة.

ولا تقتصر هذه العوامل علي الأحداث السياسية العنيفة كالحروب وتهديداتها أو الحوادث الإرهابية فقط، بل تتعداها أيضا إلي الصراعات الطائفية والعرقية، بخلاف العلاقات السياسية المتوترة بين الدول.

لذا يسعى هذا الفصل إلي رصد أهم العوامل السياسية المؤثرة علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية خلال الفترة (٢٠٠٠ - ٢٠١١) حتى يتسنى تحديد إمكانيات التعاون فيما بينها لتقليل آثار مثل هذه العوامل علي تنمية السياحة الدولية، والبيئة .

تمهيد:

شهدت المقاصد العربية الإسلامية منذ مطلع الألفية الجديدة عددا من الأحداث السياسية التي أدت إلي التأثير علي السياحة الدولية الواقعة إليها، بالإضافة إلي مجموعة من الأحداث الإرهابية التي استهدفت السائحين في عدد من الدول، وبعض الصراعات الداخلية الطائفية والعرقية، وأيضاً بعض العلاقات السياسية المتوترة لبعض الدول بغيرها، بخلاف علاقتها المتوترة ببعضها البعض مما كان له أثره أيضا علي السياحة البينية.

لذا سوف يتناول هذا الفصل ما يلي:

أولاً: تحليل أثر العوامل السياسية علي اتخاذ قرار السفر.

ثانياً: رصد أهم العوامل السياسية المؤثرة علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية خلال الفترة (٢٠٠٠ - ٢٠١١) .

أولاً: تحليل اثر العوامل السياسية على اتخاذ قرار السفر^(*):

تشير عدد كبير من الدراسات للسياحية إلى ما تنقسم به السياحة الدولية من حساسية تجاه عدم الاستقرار السياسي للمقصد السياحي. وتعد أحداث العنف السياسي كالحوادث الإرهابية، أو الحروب، وكذلك الصراعات الطائفية والعرقية المظهر الأساسي لعدم الاستقرار سواء أكانت داخلية أو إقليمية أو دولية ^(**)، حيث يهتم السائح بمدي توافر الأمن والأمان في المقصد السياحي الذي يرغب في زيارته مما يؤثر علي اتخاذ قرار السفر.

وقد استطاع ماسلو ١٩٤٣ أن يميز بين خمس طبقات رئيسية للحاجات الإنسانية من أجل فهم الدوافع النفسية، وجاءت الحاجة للأمان في المرتبة الثانية فيها بعد الحاجات الفسيولوجية ^(***) للإنسان، لذا يسعى السائح إلى زيارة المقصد الذي يضمن فيه أن الأحداث اليومية تسير بصورة متوقعة دون وجود أي تهديد أو خطر.

* تم التركيز في التحليل علي الحروب و الحوادث الإرهابية نظرا لان غالبية الدراسات السياحية التي تناولت تأثير العوامل السياسية قامت بالتركيز علي هذين العنصرين.

** تعد ظاهرة عدم الاستقرار السياسي من أكثر المفاهيم السياسية غموضا وتعقيدا إذ قد يضيقه البعض ليقصر علي التغيرات السريعة في النخبة الحاكمة علي مستوى الوزارات والأحزاب، وقد يتسع ليشمل تحول نظام الدولة من الملكية إلى الجمهورية مثلا وقد يزداد اتساعا ليشمل الصور المختلفة للعنف السياسي كالاغتيالات والإرهاب والحروب والحركات الانفصالية وغيرها، (المزيد من المعلومات، راجع : حسنين توفيق إبراهيم، ظاهرة العنف السياسي فى النظم العربية ، بيروت ، مركز دراسات الوحدة العربية، ص ص ٤٠-٥٩).

*** قام ماسلو ١٩٤٣ بالتمييز بين خمس طبقات رئيسية للحاجات الإنسانية وهي بالترتيب :الحاجات الفسيولوجية كالجوع والعطش، الحاجة للأمان ، الحاجة للحب الاجتماعي، الحاجة للتقدير، الحاجة لتحقيق الذات، وقد تم الاستعانة بها من أجل فهم الدوافع النفسية للسائحين في العديد من الدراسات، لمزيد من المعلومات راجع جليلة حسنين ، الطلب السياحي لدولي والتنمية السياحة في مصر، مرجع سابق ، ص ص ٩٦ ، ٩٧.

فوجود حرب داخل المقصد المراد زيارته من السائح المحتمل تعد احد عوامل الدفع للسائحين Push factors⁽¹⁾ مما يؤدي إلى إجماعه عن زيارة المقصد وربما عن زيارة منطقة بأكملها⁽²⁾، لذا يقال دائماً إن السياحة لا يمكن أن تتسع قاعدتها إلا في ظل الأمن والسلام⁽³⁾، ففي أثناء الحروب يتم غلق الحدود البرية والبحرية والجوية أمام حركة السفر والتنقل، كما أن حكومات الدول المصدرة للسائحين توصي مواطنيها بعدم السفر إلى الدول التي تمر بظروف الحرب، أو إجلاء مواطنيها من الدولة التي قد تتشب فيها الحروب، كما يقوم منظمو الرحلات ووكلاء السفر بإدراج تلك المقاصد في القائمة السوداء Black Listed Destinations⁽⁴⁾.

ومن ناحية أخرى فقد أشار Wall 96 إلى أن الأحداث الإرهابية التي تتم داخل المقصد السياحي لها تأثير كبير على اتخاذ قرار السفر، حيث تبين له من خلال مسح تم إجراؤه على المسافرين الأمريكيين في منتصف الثمانينات أن أكثر من نصف المبحوثين توقفوا عن السفر للسياحة عقب بعض الأحداث الإرهابية⁽⁵⁾، لذلك تسعى المقاصد لتقديم

1- Fletcher.J & Morakabati, Y." Tourism Activity, Terrorism and Political Instability within the Commonwealth: The cases of Fiji and Kenya", *International Journal of Tourism Research*, Vol. 10, Issue 6., 2008, P.539.

2- Bonham ,C., Edmonds ,C. & Mak, J., "The impact of 9/11and other terrible global events on tourism in the U.S and Hawaii , Eest west center working papers , economics series , No.87, February, 2006, p.2
www.eastwestcenter.org/fileadmin/stored/pdfs/ECONwp087.pdf, accessed : Jul.2011.

٣- صلاح عبد الوهاب، "السياحة عامل التسامح و السلام"، في : صلاح عبد الوهاب (المحرر) ، مرجع سابق، ص ١٧.

4- Mihalic, T., " Tourism and Warfare: The case of Slovenia "، in : Pizam, A. & Mansfeld ,Y.(eds.), (eds.) , *Tourism, Crime, and International security Issues*, John Wiley : New York , 1996, , PP.232.

5- Anson, C. "Planning for peace: The role of Tourism in the aftermath of violence, Anson, C. "Planning for peace: The role of Tourism in the aftermath of violence", *Journal of Travel research*,. Vol.38, 1999, no.1 p.57

نفسها على أنها مناطق مستقرة وامنّة، وخالية من الجرائم - Crime free Destinations، كما تحاول جاهدة أن تخفي الدليل الذي يثبت العكس^(١).

وقد أشار Pizam & Smith 2000 من خلال دراستهم لأبرز الحوادث الإرهابية بين عامي ١٩٨٥ - ١٩٩٨ إلى الدلالة الواضحة للإرهاب على انخفاض الطلب السياحي، وسجل أيضا Dhariwal 2005 الآثار السلبية للإرهاب على السياحة الدولية، كما أشار كل من Enders 92 & Sanders & Parise إلى نفس النتائج عند دراستهم لبعض الأحداث الإرهابية بالنمسا، وإيطاليا، واليونان.^(٢)

وعندما قامت دراسة Ritt 2009 بتحديد أهم المخاطر المؤثرة على اتخاذ السائح قرار السفر^(٣) احتل الإرهاب مركز الصدارة بين ستة أنواع من المخاطر التي يدركها السائح وتؤثر على قرار السفر وهي بالترتيب: الإرهاب، ارتفاع تكاليف السفر، فقدان التجديد، الأمراض، تدهور عناصر الجذب، ووجود بعض العوائق مثل اختلاف اللغة، وطول وقت السفر، وزحام المرور، وقد سبقَت هذه الدراسة دراسة أخرى هي دراسة Lepp & Gibson 2003 حيث أشارت إلى عوامل المخاطرة في السياحة وحددت الإرهاب، بعض المسائل الصحية، عدم الاستقرار السياسي، الطعام الغريب، المعوقات الثقافية، الأبعاد الدينية والسياسية، والجريمة^(٤).

-
- 1- Boakye, K.A., "Studying Suitability as crime targets", *Annals of tourism research*, Vol.37, Issue .3, 2010, P. 727.
 - 2- Gut, P. & Jarrell, S., "Silver Lining on a dark cloud :The Impact of 9/11 on a Regional Tourist Destination", *Journal of Travel Research*, Vol.46, 2007, p. 148
 - 3- Rittichainuwat, B. N. & Chakraborty, G., "Perceived Travel Risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand", *Tourism Management*, Vol.30, 2009, pp. 410- 418.
 - 4- Ng, S. Lee, J.A, Soutar, G. N., "Tourists' intention to visit a country: The impact of cultural distance", *tourism management*, Vol. 28 , No. 6, P.1499.

وعلي الرغم من عدم وجود تعريف واحد للإرهاب^(١) إلا أن جميع التعريفات التي تناولته اتفقت جميعها علي أنه يستهدف بصورة رئيسية خلق حالة نفسية من الخوف، والرغبة، وعدم الشعور بالأمان لدي المستهدفين سواء من الساتحين أو غيرهم بغض النظر عن دوافع الفعل نفسه.

ويري Ryan 93 أن أي هجوم إرهابي علي الساتحين هو بالأساس هجوم علي الحكومة؛ حيث تري محيا زيتون ٢٠٠٢ أن الاعتداء علي الساتحين يكون من أجل إظهار عجز الحكومة عن الحفاظ علي امن المجتمع ؛ لذا يعتبر الساتحون بالنسبة للإرهابيين هدفا أكثر تفضيلا من السكان المحليين^(٢).

وهذا يؤكد ان الأحداث الإرهابية في حد ذاتها ليست الا فعلا رمزيا يمكن النظر إليه كوسيلة اتصال وفقا لنظرية Philip Karber^(٣) حيث يسعى الإرهابيون إلي توصيل رسالة معينة عبر الحدث الإرهابي من خلال وسائل الإعلام والتي تمد الإرهابيين بوصول فوري للجمهور العالمي^(٣).

وبصورة عامة، وسواء أكانت الأحداث السياسية العنيفة حروبا، أو حوادث إرهابية أو حتي صراعات داخلية أو اقليمية، فإن وسائل الإعلام المختلفة سواء المرئية، أو المسموعة، أو المقروءة هي صاحبة

١- لا يتسع المجال هنا لاستعراض هذه التعريفات خاصة وأن المفهوم غالبا ما يرتبط بانحيازات سياسية و إيديولوجية فما يعتبره البعض إرهابا قد يعدة البعض مقاومة مثلما تصور وسائل الإعلام الأمريكية المقاومة الفلسطينية للاحتلال الإسرائيلي بكونه إرهابا، و للاطلاع علي تعريفات الارهاب راجع: حسنين توفيق إبراهيم، مرجع سابق، ص ص ٤٠، ٤١.

2- Bookye, K.A., Op.cit, p. 727.

* أشار في نظريته إلي المكونات الأربعة لعملية الاتصال في الحدث الإرهابي وهي الإرهابي وهو موصل الرسالة، الفعل الإرهابي وهي تتضمن الخسائر المادية والضحايا البشريين، وهدف الرسالة وغالبا ما يكون سياسيا، ثم التفنية المرتدة وهي رد فعل الحدث.

3- Sonmez, S.F. & Graefe, A.R., "Influence of Terrorism Risk on Foreign Tourism Decision ", *Annals of tourism research*, Vol.25, No.1, 1998, P.117.

الدور الرئيسي في نشر أخبار هذه الأحداث على المستوى الدولي، خاصة إذا كانت أحداثاً عظيمة ومؤثرة مثل أحداث ١١ سبتمبر، أو الغزو الأمريكي للعراق حيث ارتبط تصاعد الإرهاب بالتطور الكبير الحادث في الاتصالات^(١).

ونظراً للمصداقية المرتفعة لوسائل الإعلام فإن لها تأثيراً كبيراً على قرار السفر^(٢)، كما أن الأسلوب الذي يتم به عرض الحدث و تشخيصه يظل حياً في ذهن السائح^(٣) خاصة وأن الأخبار السلبية لها رواج كبير من أية أحداث إيجابية^(٤)؛ إذ تستطيع وسائل الإعلام بتغطيتها اليومية للأحداث أن تمد السائح بمعلومات يومية عن المقصد لا يوفرها له أي مصدر آخر، خاصة إذا كانت مرئية مثل التلفزيون والإنترنت. فالشاهد العنيفة للأحداث الإرهابية أو الحروب وتهديداتها التي يشاهدها السائح في وسائل الإعلام، بالإضافة إلى التحذيرات التي تطلقها الحكومات عبر وسائل الإعلام من السفر إلى الأماكن التي تتم فيها هذه الأحداث تسهم في زيادة الشعور بالخطر لدى السائح المحتمل خاصة عندما يفتقد الخبرة بالمقصد، وذلك وفقاً لدراسة Sonmez & Graefe، ومن خلال إدراك السائح لوجود الخطر يتولد لديه شعور بالقلق بشأن أمنه في المقصد السياحي مما يؤثر على قرار السفر. وبعبارة أخرى فإن كافة الأحداث السياسية حتى لو لم تستهدف السائح بالأساس فإنها وبلا شك تؤدي إلى التأثير على قرار السفر. ومن ناحية أخرى فإن عدم الاستقرار السياسي ينتج عنه ما يعرف بالمخاطر السياسية political risk والتي تتعلق بإمكان تأثير الأحداث

1- Ibid, P.117.

2- Rittichainuwat, B.N. & Chakraborty, G, Op.cit, p. 411.

3- Fletcher, & Morakabati, Op.cit, p. 539.

4- Lexow, M. & Edenheim, J. &., Effects of negative media events on Tourist's decisions in W, Frost, G Croy & S Beeton (eds), **Proceedings of International Tourism and Media Conference 2004**, Tourism Research Unit, Monash University, Melbourne, p.52.

epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=
accessed: May, 2010.

أشارت هذه الدراسة أن نوعية المعلومات المتاحة حول المقصد عبر وسائل الإعلام لها تأثيرها على عملية اتخاذ قرار السفر مما ينعكس إيجاباً أو سلباً على الحركة السياحية. P. 55. Go or not to go;

السياسية علي الاستثمارات السياحية بالاسلوب الذي يؤدي لما الي فقدان هذه الاستثمارات، او لتخفيضها عن المتوقع.^(١)

ومن خلال العرض السابق يمكن التوصل إلي أن: تأثير العوامل السياسية وخاصة الحروب والحوادث الإرهابية علي قرار السفر ينتج عنه **تخفيض حجم التنفق السياحي** والذي تختلف حدته وفقا لعدة عناصر:

١- **خطورة الحدث severity of the event** ^(٢): حيث انه كلما زادت خطورة الحدث ادي ذلك إلي انخفاض ثقة السائح بالسفر إلي المقصد، وتؤدي به إما إلي إلغاء رحلته، أو التحول إلي مقصد أكثر أمانا، أو تأجيل الرحلة علي أحسن تقدير.

ب- **مكان الحدث**: فكلما كان الحدث في مكان تجمع السائحين كلما زاد تأثيره علي التنفق السياحي، وتشير دراسة (99 Pizam) ^(٣) إلي أن الأحداث السياسية العنيفة خاصة التي ترتكب ضد السائحين، وفي الأماكن السياحية لها التأثير القوي، والأطول أثرا علي الطلب السياحي؛ لذا فان المقاصد التي يدرك السائحون أنها غير آمنة تفقد جاذبيتها لديهم، وذلك وفقا لكل من Holcomb 2006 & Pizam، وأيضا Schiebler, Crotts & Hollinger 1996 ^(٤).

ج - **توقيت الأحداث Timing of attack ومعدل تكرارها Frequency of the attacks** ^(٥): يؤثر توقيت الحدث علي حجم التنفق السياحي فمثلا حدوث اي حدث ارهابي وقت موسم الزواج يمكن ان يؤثر بصورة اشد نسبيا علي

1- Steiner, V., "An Overestimated Relationship? Violent Political Unrest and Tourism Foreign Direct Investment in the Middle East", *International Journal of Tourism Research*, Volume 12, Issue 6,, 2010, PP. 726.

2- Fletcher.J & Morakabati, Y.,Op.cit, 540.

3- Pizam A. 1999." A comprehensive approach to classifying acts of crime and violence at tourism destinations and analyzing their differential effects on tourism demand ", *Journal of Travel Research*, Vol. 38, Issue.1, P. 11.

4- Boakye, K.A, Op.cit, p. 727.

5- Fletcher, & Morakabati, Op.cit, p. 554.

التتفق السياحي من حدوثه في موسم الكساد، كما انه كلما زاد تكرار الأحداث الارهابية كلما زاد إحجام السائح عن زيارة المقصد.

د- مدي تأثير صورة المقصد السياحي : وهنا تلعب التغطية الإعلامية دورا كبيرا^(١) في ذلك حيث تعد وسائل الإعلام احد عوامل تشكيل الصورة السياحية للمقصد في أذهان السائحين المحتملين مما يؤثر علي التدفق السياحي حيث يتغير إدراك السائح للمقصد فور نقل الأحداث ومشاهدتها^(٢). فالقصص الإخبارية News stories والتي تمد السائح بالمعلومات الأساسية حول الأحداث الكبيرة التي تتعلق بأمن المقصد في فترة قصيرة من الوقت تسهم في رسم صورة المقصد أو تغييرها مما قد يؤدي إلي شطبه من قائمة الاختيارات مهما كانت جاذبيته، بحثا عن مقصد أكثر أمنا^(٣). وتلعب وسائل الاعلام الاجتماعي المعتمده علي الاتصال السريع مثل تكنولوجيا الانترنت والموبايل دورا كبيرا في نقل الأحداث بسرعة فائقة بما يحول الاتصال الي حوار تفاعلي interactive dialogue مثل بعض صفحات الوب المعروفة، face book, twitter, you tube وقد لعب موقع Face book دورا كبيرا في تحريك أحداث الثورات العربية عام ٢٠١١ و twitter في تنسيقها وتم نقلها للعالم عبر you tube^(٤) مما اعطي السائحين انطبعا بعدم الاستقرار السياسي وعدم الامان.

وفيما يلي سوف يتم رصد أهم العوامل السياسية التي أدت إلي التأثير علي السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية خلال الفترة (٢٠٠٠ - ٢٠١١).

1- Ibid, p. 538.

2- Rittichainuwat, B. N. & Chakraborty, G., Op.cit, p. 412.

٣- داليا زكي، الوعي السياحي والتنمية السياحية: مفاهيم، وقضايا، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، ٢٠٠٨، ص. ٥٣-٥٦.

4- Social media, http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media , accessed : Apr. , 2011.

ثانياً: رصد أهم العوامل السياسية المؤثرة على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية خلال الفترة (٢٠٠٠-٢٠١١).

يعد عدم الاستقرار السياسي من أهم المشكلات التي تعاني منها عدد كبير من الدول العربية الإسلامية؛ لما لها من تاريخ طويل من الحروب وعدم الاستقرار، بخلاف الأنشطة العنيفة المكثفة والمتكررة، مما أساء إلى صورة المنطقة في أذهان السائحين، واثّر على التدفق السياحي إليها.^(١)

وقد تعرضت الدول العربية الإسلامية منذ بداية العقد الماضي لعدد من العوامل التي أثّرت على السياحة الدولية فيها، وفيما يلي سوف يتم التعرض لأهم العوامل السياسية، ولقواها تأثيراً على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية خلال الفترة (٢٠٠٠ - ٢٠١١).

أولاً: الأحداث الإرهابية:

أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١:

أشارت كل من دراسة Al-Hamarneh, A. (٢٠٠٦) Hazbun (٣) "Steiner, C 2002، إلى أن أحداث سبتمبر ٢٠٠١ كانت من أقوى الأحداث السياسية تأثيراً على السياحة الدولية^(٢)، ويمكن إرجاع قوة تأثير هذه الحادثة إلى الأسباب التالية:

- 1- Mansfeld, Y., Wars, tourism and the "Middle East" factor", in: Pizam, A. & Mansfeld, Y. (eds.), *Tourism, Crime, and International security Issues*, John Wiley: New York, 1996, pp. 265, 266, 271.
- 2- Hazbun, W., "Explaining the Arab Middle East Tourism Paradox", *The Arab World Geographer*, Vol 9, No 3, 2006 PP. 206-21., hazbun.mwoodward.com/AWG93Hazbun.pdf, accessed: Nov, 2008.
- 3- Al-Hamarneh, A. Steiner, C., "Islamic Tourism: Rethinking the Strategies of Tourism Development in the Arab World After September 11, 2001", *Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East*, Volume 24, Number 1, 2004, pp. 173-182, http://muse.jhu.edu/journals/comparative_studies_of_south_asia_africa_and_the_middle_east/v024/24.1al-hamarneh.pdf, accessed: Nov., 2008.

* تمت هذه الأحداث عندما اخترقت طائرات تجارية مدنية أمريكية برجي التجارة العالمي، والبنّاجون وراح ضحيتها عدد كبير من المدنيين الأمريكيين وجنسيات أخرى.

(أ) طبيعة الحدث نفسه والتي أثرت على سيكولوجية السائح المحتل وخلقت لديه الشعور بالخوف من السفر بالطائرات والتي تعد الوسيلة الأهم للتنقلات السياحية الدولية، ويرجع ذلك إلى استخدام الطائرات المدنية في العملية.

(ب) تفرد الحادثة في تأثيرها على السياحة الدولية نظرا للدور الدولي لأمريكا، وموقعها في الاقتصاد العالمي⁽¹⁾، بخلاف الطبيعة الدولية واسعة النطاق الجغرافي لتنظيم القاعدة واستقرار قوته، مع التوسع في النقل والاتصالات الدولية، مما أدى إلى اتساع النطاق الجغرافي لتأثير الحدث وأعطاه صبغة دولية وأثر على الحركة السياحية في العالم بأسره.

(ج) تركيز التحليل الإعلامي لخبراء السفر على خطورة الحدث على السياحة الدولية حيث أشار Tarlow 2003 إلى أن غالبية هذه التحليلات ركزت على فكرة السياحة في زمن الرعب **Terror** مما أدى إلى انخفاض الثقة في السفر وارتفاع إحساس السائح بالخطر⁽²⁾.

وفي اليوم التالي للأحداث أصدرت الحكومة الأمريكية *a travel advisory* تقريرا استشاريا لمواطنيها يحمل أسماء ٢٨ دولة يفضل تجنب السفر إليها، منها ٨ دول عربية إسلامية وهي (لبنان - السودان - العراق - ليبيا - اليمن - الضفة الغربية - الجزائر - الصومال)، حيث اعتبرتها مصدر تهديد لأمن مواطنيها⁽³⁾، إلا أن تأثير هذه الحادثة على حركة السياحة الدولية لم يقتصر على هذه الدول، بل امتد لغيرها من الدول العربية الإسلامية. مما أدى إلى التأثير على قرار السفر ولكن بصورة متفاوتة تنوعت بين:

(١) إلغاء الرحلات السياحية إلى منطقة الشرق الأوسط خاصة الوافدة من الأماكن البعيدة.

1- Ibid.

2- Hazbun, W., Op.cit, p. 208.

3- Goodrich, J.N," September 11, 2001 attack on America: a record of the immediate impacts and reactions in the USA travel and tourism industry", *Tourism Management*, Vol. 23, Issue .6, 2002, P. 576.

(٢) تحويل اتجاه الرحلات السياحية relocation of tourism إلى سياحة داخلية أو مناطق سياحية أكثر قرباً أو أكثر أمناً^(١) وكان ذلك نتيجة ظهور اتجاه أمريكي غير موافق للسياحة في بعض البلدان الإسلامية خاصة العربية منها، وارتفاع مستوى الإحساس بالخطر من حيث اعتقادهم بإمكان إلحاق الضرر بهم. وعلى الرغم من أن عدداً كبيراً من الدراسات السياحية أشارت إلى أن أية تأثيرات في اتجاهات الطلب السياحي تكون مؤقتة ومنها هذه الحادثة إلا أن تفردها تمثل في أنها قد تركت أثراً على الأجل الطويل وهو الرغبة الملحة للسائحين في طلب الأمن من المقاصد السياحية^(٢)

(٣) إقبال السائحين من الدول العربية الإسلامية على السياحة البيئية مما أدى إلى اعتبار منظمة UNWTO ٢٠٠٣ منطقة الشرق الأوسط من المستفيدين من الحدث Winners بسبب السياحة البيئية، وكان السبب الرئيسي وراء هذا الإقبال هو التشديد في الإجراءات الأمنية عند دخول المطارات وركوب الطائرات في أوروبا وأمريكا خاصة بالنسبة للسائحين الوافدين من الدول الإسلامية مما أدى إلى انخفاض أعداد هؤلاء السائحين بنسبة ٤٠-٦٠%، وذلك وفقاً لبيانات UNWTO^(٣) ٢٠٠٢.

وقد انخفض معدل النمو السياحي في منطقة الشرق الأوسط عام ٢٠٠١ بحوالي ٠.٨% كما قد تفلوت تأثير الأحداث من دولة لآخرى داخل منطقة الشرق الأوسط و شمال افريقية، سواء على السياحة الدولية أو البيئية كما يلي: (*)

1-Wall, G. "Terrorism and Tourism: an overview and Irish example", in: Pizam, A. & Mansfeld, Y.(eds.), : Pizam, A. & Mansfeld, Y. (eds.) , *Tourism, Crime, and International security Issues*, John Wiley : New York , 1996., p.147.

4- Boakye, K.A, Op.cit. P.727.

٢- جليلة حسنين ، " الأحداث العالمية والإقليمية في مطلع القرن ٢١ وانعكاساتها على السياحة الدولية في مصر والدروس المستفادة منها"، مرجع سابق، ص ٢١٦ .
* سوف يتم تناول الدول العربية الإسلامية ذات النصيب النسبي الأكبر في السياحة الدولية.

ففي مصر ١- تأثر إجمالي أعداد السائحين بنسبة -١٣.٧% عام ٢٠٠١، أما السوق الأوروبي من ٣.٨ مليون سائح عام ٢٠٠٠ إلى ٣.١ مليون سائح عام ٢٠٠١ بمعدل نقص يقدر بحوالي -١٨.٤%^(١)، كما تأثرت السوق الأمريكية حيث انخفض عددهم من ٣٤١ ألف سائح عام ٢٠٠٠ إلى ٢٥٢ ألف سائح عام ٢٠٠١ بمعدل نقص يقدر بحوالي -٢٦%؛ ويرجع ذلك بالأساس إلى الدور الخطير الذي قام به الإعلام الغربي في الإساءة إلى صورة العرب والمسلمين^(٢).

ب - تأثرت أعداد السائحين للوافدين من الدول العربية الإسلامية بصورة محدودة حيث انخفض عددهم من ٩٩٥ ألف سائح عام ٢٠٠٠ إلى ٩٧٢ ألف سائح عام ٢٠٠١ بمعدل انخفاض -٢.٣% هذا علي الرغم من ارتفاع الأهمية النسبية للسياحة الوافدة من هذه الدول علي حساب السياحة الأوروبية^(٣)، وذلك نظرا لان معدل الانخفاض في عددهم اقل كثيرا من معدل الانخفاض في السياحة الأوروبية. واستمرت الزيادة في اعداد هؤلاء السائحين حتي عام ٢٠٠٢ نتيجة الحملات الترويجية التي تم إرسالها إلي عدد من الدول العربية الإسلامية كالسعودية والكويت والإمارات، لجذب السائحين العرب^(٤) الا ان الأهمية النسبية لها انخفضت في مقابل ارتفاع الأهمية النسبية للسياحة الأوروبية.

ج - بينما عادت السياحة الوافدة من الدول الأوروبية إلي مستوي نصيبها النسبي عام ٢٠٠٠ ظلت السياحة الوافدة من الأمريكتين في انخفاض معدل نموها حيث بلغ عددهم عام ٢٠٠٢ حوالي ١٧١ ألف سائح بمعدل انخفاض - ٣٢ %، وأصبح نصيبها النسبي لا يتعدى ٣.٤% من إجمالي السياحة الدولية الوافدة إلي مصر بعد أن كان يمثل حوالي ٦% وذلك

* راجع الفصل الثاني.

- ١- جلية حسنين، "الأحداث العالمية والإقليمية في مطلع القرن ٢١ وانعكاساتها علي السياحة الدولية في مصر والدروس المستفادة منها"، مرجع سابق، ص ٢٢٤
- ٢- الجهاز المركزي للتعبئة العامة و الإحصاء، مرجع سابق، وراجع الفصل الثاني.
- ٣- هبة القرموطي، إدارة الأزمات السياسية وتأثيرها علي السياحة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٨،

ص ٦١

بسبب تزايد النصيب النسبي للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية رغم أن عددهم عاد للتزايد حتى وصل إلي ٣٤٠ ألف سائح أي ما يقارب عددهم قبل الأحداث.^(٩)

وبصورة عامة فقد كان اثر أحداث ١١ سبتمبر علي مصر أكثر وضوحا من غيرها من الدول العربية الإسلامية نظرا لان هذه الأحداث قد كانت متزامنة مع الآثار السلبية لأحداث الانتفاضة الفلسطينية الثانية التي اشتعلت في خريف ٢٠٠٠.^(١٠)

أما سوريا: فعلي الرغم من انخفاض اعداد السائحين الدوليين بمعدل ٧% عام ٢٠٠١ الا ان هناك زيادة في اعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية عام ٢٠٠١ بمعدل ٦٩% فقد استقادت من الأثر التحولي للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية عام ٢٠٠٢ ، وذلك الحال بالنسبة للبنان حيث زادت أعداد السائحين من ٧٤٢ ألف سائح عام ٢٠٠٠ إلي ٨٣٧ ألف سائح عام ٢٠٠١ بمعدل زيادة يقدر بحوالي ١٢.٨ % ثم إلي ٩٥٦ ألف سائح عام ٢٠٠٢ بمعدل نمو ١٤.٢% ^(١١).

أما بالنسبة للأردن، والمملكة العربية السعودية فقد كان معدل النمو السياحي لاجابيا عام ٢٠٠١ مقدرا بحوالي ٣.٥ %، و ٢.٣% علي الترتيب نتيجة اعتماد الأولي بالأساس علي السياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية، و اعتماد الثانية علي سياحة الحج و العمرة، مما أدى إلي عدم تأثرهما بشدة نتيجة الأحداث، وفي عام ٢٠٠٢ ارتفع معدل النمو السياحي بنسبة ٦٢ % في الأردن، و ١١% في المملكة العربية السعودية مما يعني محدودية تأثير الأحداث عليها عام ٢٠٠١ بدليل استعادة اقوي للنشاط عام ٢٠٠٢.^(١٢)

أما بالنسبة للمغرب: فقد لوحظ عدم تأثر السياحة الدولية فيها فيما عدا انخفاض أعداد السائحين الوافدين من ألمانيا، وإيطاليا وبلجيكا وذلك عام ٢٠٠٢. فقد انخفض عدد السائحين الألمان من ١٩٦٧٠٠ سائح إلي

* جليلة حصنين ، مرجع سابق ، ص ٢٢٤

١- نفس المرجع السابق، ص ٢١٢.

** راجع الفصل الثاني

١٧٢٨٦ سائح، والايطاليون فقد انخفض عددهم من ١٢٣٦٢٨ سائح إلى ١١٢٥١٨ سائح اما البلجيكيون فقد انخفض عددهم من ٨٤٠١١ إلى ٨٣٩٦٦ سائح^(١).

أما بالنسبة لتونس فقد تضامن لثر حادث جربه ٢٠٠٢ مع تأثيرات أحداث سبتمبر، حيث شهد العام انخفاضا في إجمالي أعداد السائحين الدوليين بما يعادل ٦- % بالمقارنة بعام ٢٠٠١^(٢)، وكان الانخفاض في أعداد السائحين الوافدين من ألمانيا و فرنسا^(٣)، وقد تواصل انخفاض أعداد السائحين الوافدين من ألمانيا وفرنسا حتي عام ٢٠٠٣، حيث انخفض عددهم من ٦١٣.٦٦٦ سائح إلى ٤٨٨.٤٨١ سائح ومن ٨٨٥.١٦٧ سائح إلى ٨٣٣.٩٨٩ سائح علي الترتيب بين عامي ٢٠٠٢، ٢٠٠٣^(٤).

وخلاصة القول يمكن استنتاج ما يلي:

- ١- أنه علي الرغم من أن أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١ كان لها الفضل في إعادة توجيه نظر السائحين من الدول العربية الإسلامية إلى السياحة البينية، إلا أن مثلها مثل أي حادث إرهابي تأثيره يعد وقتيا transitory بينما يقل حدة تأثيره بمزور الوقت^(٥).
- ٢- اتضح مما سبق أن تأثير الأحداث تفاوت وفقا لهيكل الطلب السياحي للدول المختلفة فكلما كان الاعتماد علي السياحة الوافدة من خارج المنطقة كبيرا كلما اشتد تأثير الأحداث علي التدفق السياحي لها، ونقل حدة التأثير كلما زاد اعتماد الدول علي السياحة البينية مما يشير الي ضرورة اتخاذ الاجراءات اللازمة نحو مزيد من تشجيع السياحة البينية.

١- وزارة السياحة المغربية، التطور السنوي لوصول السياح الي نقط الحدود:

<http://www.tourisme.gov.ma/arabe/5-Tourisme-chiffres/ArriveeTouristes.htm>,

accessed: Jul., 2011

2- Sesric, Op.cit.

3- Hazbun. Op.cit.

4- UNWTO, Year book of tourism statistics data 2002- 2006, 2008 edition, p. 80

٥- راجع الفصل الثاني

**جدول رقم (٢٥): ملخص لآثار أحداث ١١ سبتمبر علي السياحة الدولية
في عدد من الدول العربية الاسلامية ذات الوزن السياحي.**

الدولة	ملخص الآثار أحداث ١١ سبتمبر علي السياحة الدولية
مصر	١- تأثر السوق الأوربي عام ٢٠٠١ بنسبة -١٨.٤ % بالمقارنة بعلم ٢٠٠٠ ٢- تأثر السوق الأمريكي عام ٢٠٠١ بمعدل نقص يقدر بحوالي -٢٦ % . ٣ - تأثرت أعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الإسلامية بصورة عام ٢٠٠١ بمعدل انخفاض -٢.٣ % . ٤- ظلت السياحة الوافدة من الأمريكتين في انخفاض معدل نموها عام ٢٠٠٢ بمعدل - ٣٢ %، وأصبح نصيبها التسمي لا يتعدى ٣.٧ %.
سوريا	انخفاض اعداد السائحين بمعدل -٧ % عام ٢٠٠١ ثم زيادتها الي ٦٩ % عام ٢٠٠٢ نتيجة الأثر التحويلي للسياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية.
الأردن	ارتفاع معدل النمو السياحي عام ٢٠٠١ بنسبة ٣.٥ % و في عام ٢٠٠٢ ارتفع بنسبة ٦٢ % نتيجة اعتمادها بالأساس علي السياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية.
لبنان	زيادة أعداد السائحين الدوليين عام ٢٠٠١ بمعدل يقدر بحوالي ١٢.٨ % ثم إلى ١٤.٢ % عام ٢٠٠٢
المملكة العربية السعودية	زيادة معدل النمو السياحي عام ٢٠٠١ مقدرا بحوالي ٢.٣ % و في عام ٢٠٠٢ بنسبة ١١ %
المغرب	انخفاض أعداد السائحين الوافدين من ألمانيا و إيطاليا و بلجيكا و بعض الجنسيات الأخرى عام ٢٠٠٢ فقد انخفاض عدد السائحين الألمان بنسبة -١٢ %، أما الايطاليون فقد انخفاض عددهم بنسبة -٩ % اما السائحين البلجكيين فقد انخفاض عددهم بنسبة - ٨٧.٤ %
تونس	انخفاض في إجمالي أعداد السائحين الدوليين الوافدين من ألمانيا و فرنسا عام ٢٠٠٢ بما يعادل -٣.٧ % بالمقارنة بعلم ٢٠٠١ وقد استمر حتى عام ٢٠٠٣ حيث انخفاض عددهم بنسبة -٢٠ %، نسبة -٥.٨ % علي الترتيب بين عامي ٢٠٠٢، ٢٠٠٣

المصدر : الجدول من اعداد الباحثة.

ب- بعض الأحداث الإرهابية التي استهدفت السائحين الأجانب:

خلال العقد الماضي وقعت بعض الأحداث الإرهابية في بعض الدول العربية الإسلامية وكان أبرزها ما يلي:

١- تفجير كنيس غربية اليهودي بعزيرة جربة بتونس ١١ ابريل ٢٠٠٢^(١)

كان ذلك بشاحنة لنقل الغاز الطبيعي أنت إلى مقتل ٢١ شخصا منهم ١٤ من السائحين الألمان، فرنسي واحد، و تونسين، بالإضافة إلى جرح، وإصابة ما يزيد عن ثلاثين شخصا.

وقد تأثرت السياحة التونسية عام ٢٠٠٢ حيث انخفض أعداد السائحين الدوليين الوافدين إلى تونس من أكثر من ٥.٣ مليون سائح عام ٢٠٠١ إلى حوالي ٥ مليون سائح بمعدل نمو سالب يربو على - ٦%^(٢).

٢- تفجيرات الدار البيضاء ٢٠٠٣^(٣): والتي استهدفت خمسة مواقع هي فندق فرح، ومقر الرابطة اليهودية، ومقبرة يهودية قديمة، ومطعم للأكل الإيطالي بملكه يهودي، وقنصلية بلجيكا، ومطعم إسباني Casa De Espana، ولم تؤد هذه الأحداث إلى اثر ملحوظ علي إجمالي أعداد السائحين الدوليين عام ٢٠٠٣، لذا قد يعتبر حادثة فردية.^(٤)

٣- تفجيرات عمان ٩ نوفمبر ٢٠٠٥^(٥): استهدفت هذه التفجيرات ثلاثة فنادق وسط العاصمة الأردنية، ونجم عنها وفاة ٦٧ شخصا من بينهم المخرج السوري العالمي مصطفى العقاد وابنته، بالإضافة إلى إصابة المئات.

1- ar.wikipedia.org/wiki/ accessed : Aug, 2010

* راجع الفصل الثاني.

2- Tourism to Morocco suffers after terror attack , afrolnews.com, accessed : Aug, 2010.

** وكان هذا الهجوم قد حدث يوم الجمعة الموافق ١٦ مايو ٢٠٠٣ ، وكانت آثاره علي منظمي الرحلات الأسبان سريعا في إعادة النظر في تنظيم رحلات المغرب و كان ذلك يوم الاثنين التالي للتفجيرات ، و في عام ٢٠٠٧ حدث انفجار آخر في حي سيدي مؤمن بالدار البيضاء حيث فجر انتحاري نفسه في مقهى انترنت ، و قد تبين أن المقهى لم يكن مستهدفا بينما كان الهدف عدد من المطاعم و الفنادق بالدار البيضاء

3 - TTI, Country reports, JORDAN, November 2007.

وقد ترتب علي هذه الأحداث تأثر أعداد سائحي المبيت خلال شهر نوفمبر ٢٠٠٥ حيث انخفضت بنسبة -١٤% مقارنة بنوفمبر ٢٠٠٤، حيث كان عدد سائحي المبيت يقدر بحوالي ٢٣٥٨٨٤ سائح، واصبح عددهم ٢٠٢٨٣٦ عام ٢٠٠٥، كما حدث انخفاض في اعداد السائحين عام ٢٠٠٥ بمعدل ٤.٦ % مقارنة بعام ٢٠٠٤، حيث كان معدل النمو في اعداد السائحين يمثل حوالي ٢١%، ومن المرجح ان هذا للتأثير كان ناجما بالأساس عن تسليط الضوء عليها من قبل الإعلام الدولي.^(١)

٤. تفجيرات سيناء

• تفجيرات طابا ٧ أكتوبر ٢٠٠٤:

استهدفت هذه التفجيرات فندق هيلتون طابا ومنتجعات سياحية أخرى، وراح ضحيتها ٣٤ شخصا من بينهم مصريون، وسائحون إسرائيليون، وجنسيات أخرى، كما جرح آخرون، وقد اقتصرت نتائج هذا الحادث علي إلغاء حجوزات من بعض الروس والإيطاليين نتيجة صدها الإعلامي الواسع دوليا.

• تفجيرات شرم الشيخ ٢٣ يوليو ٢٠٠٥:

تعد هذه الحادثة اعنف الأحداث الإرهابية الموجهة ضد السائحين منذ حادثة الأقصر ١٩٩٧ حيث استخدمت سيارات مفخخة للقيام بثلاثة تفجيرات استهدفت فنادق موفتبيك، وغزالة، ومناطق تسوق يرتادها السائحون، وراح ضحيتها حوالي ٨٠ قتيلا، كما أصيب أكثر من مائتي شخص.

ووفقا لبيانات صادرة عن البنك المركزي فقد انخفض عدد السائحين الدوليين الوافدين إلي مصر بمعدل ٧.٤ % خلال الفترة (يوليو - سبتمبر ٢٠٠٥ - ٢٠٠٦)، وذلك بالمقارنة بنفس الفترة من عام ٢٠٠٤ - ٢٠٠٥، وقد استطاعت السياحة المصرية تجاوز آثار الأحداث سريعا من خلال ما بذله جميع أطراف النشاط السياحي من مجهودات لاحتواء

١- المملكة الاردنية الهاشمية ، وزارة السياحة والآثار الأردنية، النشرة الإحصائية السياحية ٢٠٠٥، عدد سياح المبيت وزور اليوم الولد شهريا للسنوات ٢٠٠٢ - ٢٠٠٥.

2- TTI, Country Reports, EGYPT, Mintel August, 2008, P. 8.

الموقف^(*) حيث كان معدل النمو السياحي لعام ٢٠٠٦ إيجابيا مقدرا بحوالي ٤.٩ % إلا أنه يعد أقل من معدل النمو للعام ٢٠٠٥ والذي قدر بحوالي ٦.٥ ٥%^(**).

م تفجيرات الحسين، والمتحف المصري^(١)

- تفجيرات خان الخليلي ٧ ابريل ٢٠٠٥ : حيث أدى هجوم انتحاري بقتيلة وسط حي الأزهر إلى مقتل مصري و أمريكي و ٢ من الفرنسيين بالإضافة إلى منفذ الهجوم، كما أصيب آخرون.
- تفجير ٣٠ ابريل ٢٠٠٥ : وقد حدث ذلك بميدان عبد المنعم رياض بالقرب من المتحف المصري نتج عنها مقتل شخص واحد، واصابة سبعة أشخاص منهم ٤ أجانب بينهم إسرائيليان، وإيطالي، وسويدي.^(٢)
- تفجير فبراير ٢٠٠٩ : انفجار الحسين الذي سقط علي أثره ٢٠ جريحا، وقتيلان بينهم سائحة فرنسية نتيجة انفجار عبوة ناسفة بمنطقة الحسين حيث أصيب فرنسيون، وألمان، وسعوديون، ومصريون بينهم طفل، وأحد أفراد الشرطة.^(٣)

* قامت وزارة السياحة أولا بتفعيل مجموعة إدارة أزمات خلال ساعة من وقوع التفجيرات بالإضافة إلى الاتصال بوسائل الإعلام من أجل توضيح الموقف للرأي العام المصري و العالمي ثم قامت باتباع الكثير من البرامج لاستعادة النشاط السياحي مرة أخرى إلي ما كان عليه قبل الأحداث من خلال تكثيف الحملات الترويجية في بعض الأسواق التي حذرت مواطنيها من زيارة مصر ، كما قامت بعض وسائل الإعلام المصرية بدورها في إبراز الحركة السياحية الموجودة بالمدينة لطمأنة السائحين ، كما أقامت شركات المحمول بالتعاون مع الوزارة و بعض الهيئات حفلا في أغسطس ٢٠٠٦ بعنوان " التحدي من أجل السلام " .(لمزيد من المعلومات : راجع هبة القرموطي، مرجع سابق ص ص ٨٥-٩٩)

** راجع الفصل الثاني.

١- إيمان محمد منجي ، فعالية الإدارة في مواجهة أزمات السياحة : دراسة حالة مصر في مواجهة أزمة تفجيرات شرم الشيخ ، ملتقي صناعة السياحة في الوطن العربي من منظور استراتيجي و إداري و تنموي ، تونس - الجمهورية التونسية ٢-٦ يوليو ٢٠٠٦ ، ص ٣١.

٢- نفس المرجع السابق

٣- إذاعة هولندا ، " الإرهاب يهدد السياحة المصرية مجددا " ،

(<http://static.rnw.nl/migratie/www.rnw.nl/hunaamsterdam/mideastafrica/23020901-redirected>) , accessed : Aug., 2010

٦- حادثة الجلف الكبير في أواخر عام ٢٠٠٨ تم اختطاف بعض السائحين في ١٩ سبتمبر في منطقة الجلف الكبير^(١)، ثم قام الخاطفون بنقل السياح إلى منطقة "كركوك طلاح"، وهي تقع داخل الأراضي السودانية ومتاخمة للحدود المصرية. وقد تبين أن الحادث من تدبير عصابة إجرامية بهدف الحصول على المال، وليس عملاً إرهابياً كعمليات التفجير السابقة في شبه جزيرة سيناء بين عامي ٢٠٠٤ و ٢٠٠٦.

ثانياً : الهروب

١- الغزو الأمريكي للعراق ٢٠٠٣:

على الرغم من تزايد التوتر العالمي في مطلع ٢٠٠٣ بسبب اندلاع الحرب في العراق والتي انتهت بسقوط بغداد في ٩ ابريل ٢٠٠٣ في أيدي القوات الأمريكية، إلا أن الانخفاض في عدد السائحين لم يكن إلا من نصيب المقاصد الأقرب للعراق خاصة خلال شهر الحرب والشهر التالي لها في الأردن، ومصر حيث انخفض أعداد السائحين الدوليين الوافدين إلى مصر بنسبة -٢٢.٦ % في مارس ٢٠٠٣، و -١٥.٣ % في شهر ابريل واستمر حتى يونيو ثم بدأت تتعافي في يوليو، أما في الأردن فقد كان معدل الانخفاض حوالي -١٣.٨ % في مارس، و -٢٤.٧ % في ابريل^(٢)، وعلى الرغم من ذلك فإن الأعداد الإجمالية للسائحين الدوليين خلال عام ٢٠٠٣ لم تتأثر في الأردن إلا بنحو -١.٣ %^(٣).

وقد نتج عن الاحتلال الأمريكي للعراق نقشي ظواهر القتل والتفجير والاعتقال بين فئات المجتمع العراقي المختلفة عرقياً ودينياً، ومع التركيز الإعلامي على ذلك يتولد لدى السائحين الانطباع بعدم استقرار المنطقة بأسرها.^(٤)

١- المختطفون كانوا خمسة ألمان وخمسة إيطاليين وروماني واحد، أما المصريون فهم أربعة، بينهم أحد أفراد حرس الحدود.

٢- جلييلة حسين، " الأحداث العالمية والإقليمية في مطلع القرن ٢١ وانعكاساتها على السياحة الدولية في مصر والدروس المستفادة منها"، مرجع سابق، ص ٢٣٣.

* راجع الفصل الثاني.

٣- مرصد الإرهاب، " تقرير يكشف كارثة بشرية بمقتل الآلاف وهجرة الملايين من العراقيين ونقشي الاعتقال الطائفي"، Aug. 2010، www.alerhab.net, accessed :

بد حرب لبنان الثانية ٢٠٠٦ (حرب تموز):

في سبتمبر ٢٠٠٦ حدثت حرب لبنان الثانية ضد إسرائيل^(*) والتي استمرت لمدة ٣٤ يوماً في مناطق مختلفة من لبنان خاصة المناطق الجنوبية والشرقية وفي العاصمة بيروت.

وقد تأثرت السياحة الدولية في منطقة الشرق الأوسط حيث انخفض معدل النمو السياحي من ١٠.٧% عام ٢٠٠٥ إلى ٤.٣% عام ٢٠٠٦.

أما في لبنان فقد ظهر تأثير الحدث عام ٢٠٠٧ حيث كان معدل النمو سالبا يقدر بحوالي -٩%، ولا يمكن تناسي الانخفاض الحادث في معدل نمو السياحة الدولية في لبنان عام ٢٠٠٥ علي اثر اغتيال رئيس الوزراء اللبناني رفيق الحريري بحوالي -١٥.٤% بالمقارنة بعام ٢٠٠٤ حيث كان عدد السائحين عام ٢٠٠٤ مقدرا بحوالي ١.٣ مليون سائح وأصبح ١.١ مليون سائح عام ٢٠٠٥.^(**)

كما انخفض معدل النمو السياحي في مصر عام ٢٠٠٦ بنسبة ٤.٩%، وذلك مقارنة بعامي ٢٠٠٥، ٢٠٠٤ حيث كان معدل النمو مقدرا بحوالي ٦.٥%، ٣٥% علي الترتيب.

أما بالنسبة للاردن فقد اشارت البيانات الي زيادة اعداد السائحين الدوليين. الوافدين اليها عام ٢٠٠٦ بنسبة ٨% نتيجة للاثر التحويلي للسياحة الوافدة من منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية^(١).

* استهدفت إسرائيل في هذه الحرب تدمير حزب الله و نزع سلاحه وتحرير الأسري الجنود الإسرائيليين لذي حزب الله بعد رفض أي تبادل مع حزب الله، وقد انتهت بفشل إسرائيل في تحرير الأسري ونزع سلاح حزب الله وذلك أمام المقاومة اللبنانية .

** راجع الفصل الثاني، كما تم حساب النسب المشار إليها بمعرفة الباحثة.

1- TTI, Country Reports, Jordan, November 2007, p. 18.

وراجع ايضا الفصل الثاني.

ثالثاً توتر العلاقات بين الدول العربية الإسلامية :

وهناك أمثلة كثيرة لهذه التوترات من أهمها:

- ١ - التوتر الذي يشوب العلاقات السورية اللبنانية (*) منذ قيام دولة لبنان وحتى حادثة اغتيال رئيس الوزراء اللبناني رفيق الحريري.
- ب- الخلافات الحدودية واثارها الممتدة على العلاقات بين كل من اليمن والسعودية، ومصر والسودان، (**) وبعض الخلافات الفكرية بين سوريا والعراق. (***)
- ج- توتر العلاقات السورية المصرية (****) بشأن بعض خلافات الرأي في التعامل مع بعض قضايا المنطقة.

* كانت سوريا تعتبر لبنان احدي ولاياتها و امتدادا جغرافيا طبيعيا لها وناذرة علي البحر المتوسط لذا و منذ استقلال سوريا ولبنان عن الاحتلال الفرنسي و قيام لبنان تحاول سوريا جاهدة ألا تقع لبنان في أيدي معادية لسوريا بما يحافظ علي أمنها و قد استطاعت سوريا رغم علاقات المد و الجزر سياسيا بين الدولتين توطيد امن لبنان علي اثر الحرب الأهلية و تم توقيع معاهدة صداقة و تعاون سياسي الاقتصادي و امني في عام ٢٠٠٥ سحب سوريا قواتها من لبنان بضغوط دولية ، و تصاعد التوتر ثانية نتيجة اتهام لبنان سوريا بالتورط في مقتل رفيق الحريري رئيس الوزراء اللبناني الأسبق و منذ الاستقلال لم تكن هناك علاقات دبلوماسية علي مستوي سفارة بين سوريا و لبنان حتي قام بإعادتها الرئيس بشار الأسد ، لمزيد من المعلومات.

** هذه الخلافات المصرية السودانية بشأن مثلث حلايب و شلاتين بخلاف اتهام السودان بالتورط في محاولة اغتيال الرئيس السابق لمصر حسني مبارك ١٩٩٥ .

*** كان سبب الخلاف قد نشأ بشأن قيادة حزب البعث و انحراف حزب البعث العراقي عن أهداف و ممارسات البعث السوري هذا بخلاف ما توجهه العراق لسوريا حاليا من اتهامات بشأن تمرير الإرهابيين إليها و رعاية العراقيين منهم بدعم من إيران.

**** نتجت هذه الخلافات قد نشأت نتيجة بعض المحاولات الإعلامية السورية لتقزيم الدور المصري في حل الخلافات الفلسطينية هذا بخلاف عدم توحيد المواقف بشأن لبنان ، و كذلك ما يشوب علاقة سوريا بإيران من عدم تحقيق توازن بينها و بين خدمة مصالح الأمن القومي العربي عموما و مصر علي وجه الخصوص.

د- ويعد الصراع العربي الإسرائيلي أهم بؤر التوتر في منطقة الشرق الأوسط نظراً لاستمراره منذ نزوح اليهود إلى الأراضي الفلسطينية عام ١٩٤٨ وحتى الآن، حيث ينشأ عنه باستمرار بصورة مباشرة أو غير مباشرة أعمال إرهابية تؤدي بأرواح المواطنين الأبرياء، أو رعايا بعض الدول، وهذا الصراع بالتحديد يؤثر على صورة منطقة الشرق الأوسط كلها في أذهان السامعين، لذا تؤكد دراسة hazbun ٢٠٠٣^(١) ان نهاية هذا الصراع سوف يؤثر على هيكل الطلب للسياسي الدولي لصالح المنطقة من كل من أمريكا الشمالية، وأوروبا لأنه يضمن الاستقرار السياسي للمنطقة ككل.

ومما لا شك فيه فان وجود مثل هذه الخلافات سوف يعوق أي صور من صور التعاون الاقتصادي عموماً، والتعاون في تنمية السياحة الدولية، والبيئية علي وجه الخصوص^(٢)؛ خاصة في ظل وجود إسرائيل في موقع يفصل دول المشرق العربي عن دول المغرب العربي بما يعوق التواصل الجغرافي للمنطقة^(٣).

رابعا : مشكلات الصراعات العنصرية والعرقية وعدم الاستقرار الداخلي :

تؤثر الصراعات لطائفية والعرقية التي تتشب داخل بعض الدول العربية الإسلامية علي حركة السياحة الدولية حيث يؤدي شعور بعض الجماعات بالتمييز إلي انخراطها في أعمال العنف، أو محاولتها الانفصال عن الدولة، وتكمن خطورة هذا النوع من الصراعات في كونه ينتقل بسهولة إلي الدول المجاورة عندما تحاول بعض الجماعات إظهار لتأييد لطوائفها في الدول الأخرى مما يؤدي إلي سيادة عدم الاستقرار في المنطقة بأسرها^(٤). ومن أهم هذه الصراعات:

- 1- Hazbun, W., "A New Agenda for Development in The Arab World", paper prepared for " The New Arab World in the 21st century " conference League of Arab States , Cairo, Egypt, March 2003, pp. 14- 15

* سوف يتم تناول معوقات التعاون بالتفصيل في الجزء الثاني من الدراسة.

- ٢- محمد ليبب شقير، الوحدة الاقتصادية العربية : تجاربها و توقعاتها ، الجزء الثاني ببيروت : مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٦، ص ٨٧٨.
- ٣- راجع :

• نيفين مسعد، " النزاعات الدينية والمذهبية والعرقية الاتنية في الوطن العربي، المستقبل العربي، العدد ٣٦٤، يونيو ٢٠٠٩، ص ٦٣-٧٦.

• عدنان الهياجنة، الصراعات الداخلية في العالم العربي : رؤية مستقبلية

<http://www.aljazeera.net> , accessed : Aug. 2010.

• محمد بن علي كومان ، مرجع سابق ، ص ١٦٦.

أ - مشكلات عدم الاستقرار السياسي في السودان: وهذه المشكلات ناتجة عن كل من مشكلة إقليم دارفور^(*)، ومشكلة جنوب السودان وحتى قيلم دولة جنوب السودان أغسطس ٢٠١١^(**)، وقد أدت هذه المشكلات إلى ضعف نصيب السودان من أعداد السائحين الدوليين الوافدين إلى منطقة شمال افريقية بما لا يتعدى ٣ % وبما يعادل ٤٢٠ ألف سائح وذلك وفقاً لبيانات ٢٠٠٩^(١)، مما يؤدي بالضرورة إلى انخفاض عوائد السياحة الدولية ومحدودية آثارها الاقتصادية، وحرمان الاقتصاد القومي من أحد أهم مصادر دخله.

ب- مشكلة أفكاد العراق: وقد ازدادت حثتها منذ سقوط العراق في أيدي القوات الأمريكية ٢٠٠٤ والتي أدت إلى النزاع الطائفي المستمر، وكذلك المشكلات الطائفية في لبنان^(***)، والتي لا تزال حتى بعد انتهاء الحرب الأهلية (١٩٧٥ - ١٩٩١) منيع بعض الأزمات وأحداث العنف من أن لاخر، وقد أدّى ذلك إلى إضفاء صورة سلبية تنسم بعدم الاستقرار علي لبنان كمقصد سياحي.

* يعتبر إقليم دارفور أحد اكبر أقاليم السودان و هو يقع غرب السودان حيث تبلغ مساحته أكثر من نصف مليون كم^٢ و يسكنه حوالي ٦ ملايين نسمة وقد ظهرت فيه دعوات الانفصال عن السودان في السبعينات حتى وصل الأمر إلى المحاولات العسكرية عام ٢٠٠٣.

** كانت مشكلة جنوب السودان من أكثر المشاكل الإقليمية تعقيداً في العالم العربي الإسلامي وقد تجرت عام ١٩٥٥ حيث أدت الحرب الأهلية بين الشمال العربي المسلم ، و الجنوب الإفريقي للمسيحي إلى عدم الاستقرار السياسي مما اثر سلباً علي سياسة الدولة الخارجية و الداخلية و ظل الصراع قائماً حتى تم توقيع اتفاق السلام الشامل ٢٠٠٥ والذي أعطى الجنوب حق تقرير مصيره، رغم ذلك فقد ظل التوتر مستمرا نتيجة عدم الثقة وبعض النزاع علي الحدود خاصة مع وجود غالبية حقول النفط في الجنوب حتى تم قيام دولة جنوب السودان في أغسطس ٢٠١١.

1- UNWTO, UNWTO Tourism Highlights 2010 edition , p.9

*** كان الصراع بين السنة و الشيعة جزء من أجزاء مشهد الحرب اللبنانية بينما كان هناك صراع بين المسيحيين و المسلمين من جهة أخرى (الدروز والشيعة والمارونية والسنية)، لمزيد من المعلومات راجع : عدنان الهياجنة، مرجع سابق.

ج- التوترات التي تشهدها علاقة المسلمين والأقباط في مصر:

تسهم وسائل الإعلام الغربية الأمريكية والأوروبية في إظهار صورة سلبية عن مصر كمقصد سياحي يتسم بعدم الاستقرار نتيجة مثل هذه الحوادث، وكان آخرها لحدث ماسبيرو لكتوبر ٢٠١١^(٢)

د- مشكلات الشيعة في البحرين، وصراع قبائل ظفار مع نظام الحكم في سلطنة عمان.

هـ- التوتر الأمني الناجم عن النزاع الطائفي بين السنة والشيعة في اليمن^(١):

تعتبر الولايات المتحدة اليمن أحد بؤر الإرهاب في المنطقة عندما أدرجتها ضمن قائمة دول الشر في العالم بعد أحداث ١١ سبتمبر أدي وبلا شك إلى الإساءة إلى صورتها السياحية وبالتالي ضعف نصيبها من الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى منطقة الشرق الأوسط حيث لا يتعدى نصيبها من الحركة السياحية الوافدة إلى المنطقة ٠.٨% بما يساوي ٤٣٤ ألف سائح وذلك وفقا لبيانات ٢٠٠٩^(٣).

و- تعاقب الثورات العربية منذ نهايات عام ٢٠١٠

قامت ثورة الشعب في تونس والتي أسقطت نظام زين العابدين بن علي ١٤ يناير^(٤) ٢٠١١ ثم اعتقبت ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ في مصر ثم ثورة اليمن ٣ فبراير، و ثورة ١٧ فبراير في ليبيا وفي شهر مارس في سوريا ومجموعة من الاحتجاجات الشعبية في البحرين في شهر فبراير، والمملكة العربية السعودية في مارس وذلك خلال فترة لا تزيد عن ثلاثة أشهر.

أحداث ماسبيرو أو مذبحه وتعرف أيضا باسم أحداث الأحد الدامي أو الأحد الأسود عبارة عن تظاهرة انطلقت من شبرا باتجاه مبنى الإذاعة والتلفزيون بماسبيرو ضمن فعاليات يوم الغضب القبطي، رداً على قيام سكان من قرية المريناب بمحاظرة أسوان بهدم كنيسة قالوا أنها غير مرخصة، وتصريحات لمحافظ أسوان اعتبرت مسيئة بحق الأقباط وتحولت إلى مواجهات بين المتظاهرين وقوات من الشرطة العسكرية والأمن المركزي، وأفضت إلى مقتل بين ٢٤ إلى ٣٥ شخصاً أغلبهم من الأقباط.

١- عدنان الهياجنة ، مرجع سابق.

2- UNWTO , UNWTO Tourism Highlights 2010 edition, Op.cit.p.9.

** لمزيد من المعلومات :

Wikipedia.org.

ووفقا للبيانات الصادرة عن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء فقد: انخفض إجمالي عدد السائحين الدوليين الوافدين الي مصر في مارس ٢٠١١ حوالي -٦٠% بالمقارنة بنفس الشهر عام ٢٠١٠ حيث بلغ عدد السائحين ١٣٣٨٩٩١ سائح ثم انخفض الي ٥٣٥١١١ سائح كذلك بلغ معدل الانخفاض في أبريل ٢٠١١ حوالي -٣٥.٧% حيث وصل عدد السائحين الي ٨٠٠٤٥٨ سائح بينما كان عددهم في نفس الشهر من عام ٢٠١٠ حوالي ١٢٤٤١٠١ سائح ، أما في مايو ٢٠١١ فقد بلغ ٤٠.٨ عددهم حوالي ٧٠٨٧٨٤ سائح بعد ان كان عددهم في مايو ٢٠١٠ حوالي ١١٩٨٠١٤ سائح بمعدل انخفاض حوالي ٤٠.٨% اما في يونيو ٢٠١١ فقد بلغ عددهم ٧٣١٦٠١ سائح بمعدل انخفاض -٢٨.٩% حيث كان عددهم في نفس الشهر من عام ٢٠١٠ حوالي ١٠٢٩٢٨٢ سائح^(١)، جدير بالذكر ان منظمة السياحة العالمية UNWTO قد قررت الاحتفال بيوم السياحة العالمي ٢٠١١ في اسوان تقديرا لثورة ٢٥ يناير وما أحدثته من تأثير كبير في العالم ومعبّره عن تطلعات الشعوب في الحرية والديمقراطية والسلام والرخاء مما قد يسهم في تنشيط الحركة السياحية التي اضيرت جراء الاحداث .

ولاشك ان ايا من هذه الاضطرابات لا يقتصر اثره علي حركة السياحة الدولية الوافدة او تدفق الاستثمارات الاجنبية في الدولة محل الاضطراب، وانما يمتد الي المنطقة كلها بما في ذلك الدول غير المتأثرة بشكل مباشر بالاحداث؛ خاصة وان السائحين ينظرون الي دول منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية ككل ويعرف ذلك باثر الجوار neighborhood effect^(٢).

١- الجهاز المركزي للتعبئة العامة و الاحصاء ، أهم مؤشرات السياحة :

http://www.capmas.gov.eg/pages_ar.aspx?pageid=1316,

accessed: Oct., 2011.

2- Steiner, V., Op.cit, p. 729.

خامسا: العلاقات السياسية الخارجية:

تؤثر طبيعة العلاقات السياسية بين الدول العربية الإسلامية، وغيرها من دول العالم علي تنفق السائحين الوافدين إليها من هذه الدول و العكس صحيح؛ حيث إن العلاقات السياسية الجيدة بين دولتين تؤدي بلا شك إلى انسياب الحركة السياحية بينهما^(١).

فعلي سبيل المثال فإن العلاقة المتوترة بين الولايات المتحدة الأمريكية، وسوريا يحبطها كثير من الالتباسات؛ حيث تنصدر سوريا القائمة للدول الداعمة للإرهاب لدي الولايات المتحدة الأمريكية، لذا فإنه من الملاحظ ضالة نصيب سوريا من السياحة الوافدة إليها من للولايات المتحدة الأمريكية التي لا تتعدى ١.٣% فقط من حجم السياحة الدولية الوافدة إلى سوريا وفقا لإحصاءات ٢٠٠٩^(٢).

من ناحية أخرى فإن العلاقات والروابط السياسية بين كل من مصر، والمغرب، وتونس، ودول السوق الأوروبية، له أثره علي زيادة اعداد السائحين الأوروبيين الوافدين الي هذه المقاصد، ويمكن الاستدلال علي ذلك من زيادة نسبة مساهمة السياحة الأوروبية إلي إجمالي السياحة لدولية الوافدة إليها حيث تمثل وفقا لإحصاءات عام ٢٠١٠ حوالي ٧٦% في مصر بزيادة تقدر بحوالي ١٨.٧% عن عام ٢٠٠٩^(٣)، كما تمثل وفقا لإحصاءات وزارة السياحة المغربية حوالي ٤٥.٤% من حجم السياحة الدولية الوافدة الي المغرب وفقا لبيانات عام ٢٠٠٩^(٤)، ٥٤.٢% من إجمالي السياحة الوافدة الي تونس عام ٢٠٠٩ بينما كانت قد بلغت حوالي حوالي ٦٠% عام ٢٠٠٧، ٥٨.٣% عام ٢٠٠٨^(٥)

١- صلاح عبد الوهاب، الترميق السياحي القومي و التجاري، مرجع سابق، ص ٢٤٨.

٢- وزارة السياحة السورية ، مرجع سابق.

٣- وزارة السياحة المصرية ، التقرير الإحصائي لعام ٢٠١٠ ، مرجع سابق.

٤- وزارة السياحة المغربية، التطور السنوي لوصول السياح إلى نقط الحدود مرجع سابق.

٥- وزارة السياحة التونسية :

Le tourisme tunisien en chiffres, 2009,

http://www.tourisme.gov.tn/fileadmin/medias/doc/tourisme_chiffres_09.pdf, accessed : June, 2011

وكذلك فإن العلاقات السياسية الخارجية المتوترة لليبيا بالدول الغربية خاصة مع تداعيات قضية لوكربي ١٩٨٨^(٩) أدت إلي تخفيض نصيبها من الحركة السياحية الدولية إلي ١٠٦ ألف سائح و ذلك وفقا لتقديرات علم ٢٠٠٧^(١٠)، بخلاف عدم استجابة حكومة القذافي لنداءات المجتمع الدولي بترك السلطة لئلا يحدث ثورة فبراير ٢٠١١.

* في ٢١ ديسمبر ١٩٨٨ انفجرت في المجال الجوي للمملكة المتحدة طائرة "بان أمريكان" في رحلتها رقم ١٠٣ وتحطمت فوق قرية لوكربي في اسكتلندا وأودى الحادث بحياة ٢٧٠ من جنسيات مختلفة. وفي حطام الطائرة وجد المحققون شظايا قليلة من قنبلة لوحظ في إحداها وجود أثر ملئو يقود إلى أجهزة المضابرات المبرية الليبية مما أدى إلي توتر علاقة ليبيا بكل من المملكة المتحدة ، و الولايات المتحدة.

١- جامعة الدول العربية، إدارة الإحصاء وقواعد المعلومات، الدول العربية في أرقام ومؤشرات، العدد الأول، ٢٠٠٨، ص. ٧٧

الخلاصة:

تناول الفصل الثالث إثر العوامل السياسية على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية، وذلك حتى يتسنى تحديد إمكانيات التعاون فيما بينها لتقليل آثار مثل هذه العوامل على السياحة الدولية والبيئية. ومن أجل تحقيق هذا الهدف فقد تناول الفصل أولاً: تحليل أثر العوامل السياسية على اتخاذ قرار السفر بالتركيز على الحروب والأحداث الإرهابية.

حيث تبين أن السياحة الدولية تنسم بالحساسية تجاه أحداث العنف السياسي نظراً لأن السائح يهتم بمدي توافر الأمن والأمان في المقصد السياحي الذي يرغب في زيارته مما يؤثر علي اتخاذ قرار السفر، حيث اتضح أن وجود حرب داخل المقصد المراد زيارته من السائح المحتمل تعد احد عوامل الدفع للسائحين Push factors مما يؤدي إلي إحجامه عن زيارة المقصد، وربما عن زيارة منطقة بأكملها.

تبين أيضاً أن الأحداث الإرهابية لها تأثير كبير علي اتخاذ قرار السفر حيث يستهدف الإرهابيون بصورة رئيسية خلق حالة نفسية من الخوف وعدم الشعور بالأمان لدي السائحين من أجل كسب مزايا سياسية علي حساب الحكومة لذا يعتبر السائحون بالنسبة للإرهابيين هدفاً أكثر تفضيلاً من السكان المحليين.

اتضح أيضاً دور الإعلام بوسائله المختلفة في رسم صورة المقصد أو تغييرها من خلال نشر أخبار الأحداث السياسية علي المستوى الدولي سواء أكانت حروباً أو أحداثاً إرهابية، خاصة أن الأسلوب الذي يتم به عرض الحدث و تشخيصه (في التلفزيون أو الانترنت) يظل حياً بشكل خاص في ذهن السائحين المحتملين الذين يعتمدون علي الصورة الذهنية للمقصد في اتخاذ قرار السفر، مما قد يؤدي إلي شطبه من قائمة الاختيارات مهما كانت جاذبيته، بحثاً عن مقصد أكثر أمناً.

ونتيجة لتأثير الأحداث السياسية علي قرار السفر يحدث انخفاض في حجم التدفق السياحي والذي تختلف حدته وفقاً لعدة عناصر: خطورة

الحدث، مكان الحدث، معدل تكرار الأحداث، مدى تأثير صورة المقصد بالأحداث.

بعدها تم رصد أهم العوامل السياسية المؤثرة على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية خلال الفترة (٢٠٠٠ - ٢٠١١)، وقد تم التعرض لأهمها وأقواها تأثيرا على السياحة الدولية وهي:

أولاً: الأحداث الإرهابية:

أ- أحداث ١١ سبتمبر ٢٠٠١: والتي كانت من أقوى الأحداث السياسية تأثيرا على السياحة الدولية وذلك لعدة أسباب وهي: (أ) طبيعة الحدث نفسه (ب) تفرد الحادثة في تأثيرها على السياحة الدولية بأسرها (ج) تركيز التحليل الإعلامي لخبراء السفر على خطورة الحدث على السياحة الدولية مما أدى إلى التأثير على قرار السفر ولكن بصورة متفاوتة تنوعت بين:

(١) إلغاء الرحلات السياحية إلى منطقة الشرق الأوسط خاصة الوافدة من الأماكن البعيدة.

(٢) تحويل اتجاه الرحلات السياحية إلى سياحة داخلية أو مناطق سياحية أكثر قربا أو أكثر أمنا وقد تبين أن تأثير الحادثة في اتجاهات، وحجم الطلب السياحي مؤقتة إلا أن هذه الحادثة قد تركت أثرا على الأجل الطويل وهو الرغبة الملحة للسائحين في طلب الأمن من المقاصد السياحية.

(٣) إقبال السائحين من الدول العربية الإسلامية على السياحة البيئية ب - تم إلقاء الضوء أيضا على أثر بعض الأحداث الإرهابية التي استهدفت السائحين الأجانب على السياحة الدولية في بعض الدول العربية الإسلامية: خلال العقد الماضي مثل تفجير كنيس غريبة اليهودي بجزيرة جربة بتونس ١١ ابريل ٢٠٠٢، وتفجيرات الدار البيضاء ٢٠٠٣، وتفجيرات عمان ٩ نوفمبر ٢٠٠٥، بالإضافة إلى تفجيرات سيناء ٢٠٠٤، ٢٠٠٥، وتفجيرات الحسين، والمتحف المصري، وقد انعكس تأثيرها إما على الصورة السياحية للمقاصد، أو على انخفاض في عدد السائحين الدوليين الوافدين.

ثانياً: العروب:

تم تناول اثر الغزو الأمريكي للعراق ٢٠٠٣ والتي انتهت بسقوط بغداد في ٩ ابريل ٢٠٠٣ في أيدي القوات الأمريكية، وقد تبين أن الانخفاض في عدد السائحين لم يكن إلا من نصيب المقاصد الأقرب للعراق خاصة خلال شهر الحرب والشهر التالي لها في الأردن، ومصر. وقد نتج عن الاحتلال الأمريكي للعراق تفشي ظواهر القتل والتفجير والاعتقال بين فئات المجتمع العراقي المختلفة عرقياً ودينياً، ومع التركيز الإعلامي علي ذلك يتولد لدي السائحين الانطباع بعدم استقرار المنطقة بأسرها.

بعد ذلك تم التعرض لحرب لبنان الثانية ٢٠٠٦ وتبين أن لها أثرها علي السياحة الدولية في منطقة الشرق الأوسط، ولبنان ومصر.

ثالثاً: تم بعد ذلك تناول بعض التوترات في العلاقات بين الدول العربية الإسلامية:

مثل التوتر الذي يشوب العلاقات السورية اللبنانية منذ قيام دولة لبنان وحتى حادثة اغتيال رئيس الوزراء اللبناني رفيق الحريري، والخلافات الحدودية بين كل من اليمن والسعودية، ومصر والسودان، وبعض الخلافات الفكرية بين سوريا والعراق، العلاقات السورية المصرية بشأن بعض خلافات الرأي في التعامل مع بعض قضايا المنطقة، بالإضافة إلي الصراع العربي الإسرائيلي ، وقد تمت الإشارة إلي أن وجود مثل هذه الخلافات يسهم بلا شك في الحيلولة دون القيام أو التوسع أو الإسراع في التعاون في تنمية السياحة الدولية والبيئية.

رابعا: تم إلقاء الضوء بعد ذلك علي بعض مشكلات الصراعات الطائفية والعرقية:

التي تشب داخل بعض الدول العربية الإسلامية والتي تؤدي إلي سيادة عدم الاستقرار في المنطقة بأسرها مما يؤثر علي حركة السياحة الدولية. و من أهم هذه الصراعات:

مشكلات عدم الاستقرار السياسي في السودان، والتوتر الأمني الناجم عن النزاع الطائفي بين السنة والشيعة في اليمن والتي أدت إلي ضالة نصيب كل منهما من الحركة السياحية الدولية إلي كل من منطقة الشرق الأوسط، وشمال افريقية، مشكلة أكراد العراق، المشكلات الطائفية

في لبنان، التوترات التي تشهدها علاقة المسلمين والأقباط في مصر وأخيرا أحداث الثورات المتعاقبة في الدول العربية الإسلامية ٢٠١١، وكل هذه الأحداث قد تستغلها وسائل الإعلام الغربية الأمريكية والأوروبية في إظهار صورة سلبية للمقصد السياحي.

خامسا: وأخيرا تبين أن طبيعة العلاقات السياسية بين الدول العربية الإسلامية، وغيرها من دول العالم تؤثر علي تدفق السائحين الوافدين إليها من هذه الدول سلبا و إيجاباً.

الفصل الرابع

**تحليل العلاقة بين العوامل الثقافية والسياحة
الدولية في الدول العربية الاسلامية**

الفصل الرابع

تحليل العلاقة بين العوامل الثقافية والسياحة الدولية

في الدول العربية الإسلامية

مقدمة:

لكل مجتمع ثقافته، ولكل ثقافة مميزاتها وخصائصها انطلاقاً من التباين الذي تنتم به الثقافة والذي يمنحها جانبية الاختلاف، إلا أنه من الممكن أن تتلاقى بعض المجتمعات في عناصر معينة يطلق عليها صوميات الثقافة ومنها اللغة والدين.^(١) وتشترك الدول العربية الإسلامية في بعض الخصائص الثقافية العلة التي ميزتها عن غيرها عبر فترة طويلة من الزمن، وحققت لها نوعاً من الوحدة الثقافية انطلاقاً من وجودها معاً في منطقة جغرافية محددة^(٢) (منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا) وهي اللغة العربية، والدين الإسلامي.^(٣)

لذا يتناول الفصل تحليل تأثير اللغة العربية والدين الإسلامي على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية، خاصة أن اللغة تعد من أهم وسائل الاتصال الثقافي، والمعرفي بين السائح والمضيف كما أنه من الضروري التعرف على تأثير الدين الإسلامي على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية انطلاقاً مما يواجه الإسلام من صورة سلبية، وكذلك مما ينتم به الإسلام من ارتباط بالحياة اليومية لمعتقيه من السكان المحليين للمقاصد العربية الإسلامية.

١- محمد يسري دعبس، السياحة و المجتمع : دراسات و بحوث في اثروبولوجيا السياحة، الاسكندرية : الملتي المصري للابداع و التنمية، ٢٠٠٩ ص.ص. ٦٩٧، ٧١٠.

٢- ايكة هولتكرانس، قاموس مصطلحات الاثنولوجيا والفلكلور، ترجمة محمد الجوهري، حسن الشامي، الطبعة الثانية، القاهرة: الهيئة المصرية العامة لقصور الثقافة، ١٩٩٩، ص ص ٩٧، ٣٢٩ .

٣- عبد العزيز بن عثمان التويجري، "الثقافة العربية و الثقافات الأخرى"، ندوة الثقافة العربية والثقافات الأخرى، المهرجان الوطني للتراث والثقافة، المملكة العربية السعودية، الرياض ٤- ١٩ مارس ١٩٩٨ :

<http://www.arabyouth.info/TMG/cultureAR.pdf>, accessed: Sep. 2010.

وإذا كانت السياحة الدولية تعد قوة للترويج للسلام، والتفاهم الثقافي والمعرفي بين الناس، فهي تمثل أيضا أحد اليات العولمة وبالتالي فهي تحمل عددا من الايجابيات والسلبيات والتي تنعكس بالضرورة علي الهوية الثقافية للدول العربية الاسلامية كمقاصد سياحية.

تمهيد:

يسعي هذا الفصل الي تحليل العلاقة بين العوامل الثقافية والسياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية؛ حيث يمثل ذلك نقطة بداية من اجل استثمار الفرص، وتجنب التحديات التي تحملها العوامل الثقافية في تنمية السياحة الدولية والبيئية في الدول العربية الاسلامية، ومن ناحية اخرى تقديم فرصة لهذه الدول للاستفادة من النشاط السياحي وتقليل اثاره السلبية في الحفاظ علي هويتها كمقاصد سياحية لذا يتناول ما يلي:

أولاً: تحليل تأثير اللغة والدين كمعوميات ثقافية علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية وتشمل:

- أ- تأثير اللغة العربية علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية.
- ب- تأثير الدين الاسلامي علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية حيث يتم في البداية التعرف علي محددات هذا التأثير وتشمل:
ولاً: الصورة السلبية للإسلام، وتحليل اسبابها، واثرها علي السياحة الدولية في هذه المقاصد.

ثانياً: ارتباط الدين الاسلامي بالحياة اليومية للمسلمين، ويتم التعرض هنا لمظاهر تأثير الدين الاسلامي علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية وتشمل:

١- تأثير الصورة السلبية للإسلام علي السياحة الدولية في

الدول العربية الاسلامية:

٢- صور تأثير ارتباط الدين الاسلامي بالحياة اليومية

للمسلمين علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية

و تتضمن:

- تأثير الاسلام علي قبول مجتمعات المقاصد لمناطق التنمية السياحية

- تأثير الاسلام علي أنشطة السائح المسلم:
- تأثير الاسلام علي العلاقة بين السائح و المضيف
- دور الدين الاسلامي في النشاط السياحي

ثانياً: أثر السياحة الدولية علي الهوية الثقافية للدول العربية الاسلامية في ظل العولمة

اولاً: تحليل تأثير اللغة والدين كمعوميات ثقافية علي السياحة الدولية في الدول العربية

الاسلامية:

يعرف الانثروبولوجي Taylor للثقافة علي انها :كل مركب من المعارف، والمعتقدات، والفنون، والقوانين الروحية، والعادات، والتقاليد المرتبطة بفرد كعضو في المجتمع^(١)؛ وعليه تشتمل الثقافة علي مجموعة من العناصر المادية والروحية التي تميز جماعة اجتماعية معينة. الا انه من الممكن ان تتلاقى بعض المجتمعات في عناصر ثقافية معينة يطلق عليها عموميات للثقافة، وهي المسئول الاول عن تحقيق نوع من الوحدة الثقافية لهذه المجتمعات انطلاقاً من وجودها معا في منطقة جغرافية محددة.

وتعد للغة، والدين اهم عموميات الثقافة التي تشترك فيها المجتمعات وتحقق لها نوعاً من الوحدة الثقافية^(٢)، و في نفس الوقت فان هذين العاملين تحديدا يعدان اسساً لادراك السائح للفارق الثقافي بين ثقافته، وثقافة المقصد المراد زيارته وذلك وفقاً لدراسة Clark & Paugh 2001^(٣).

وقد حاولت عدد من الدراسات السياحية بحث تأثير الفارق الثقافي Cultural distance في هذين العنصرين علي اتخاذ قرار السفر، ويتصد بالفارق الثقافي مدي التشابه، او الاختلاف الثقافي بين عناصر ثقافة السائح، وعناصر ثقافة المقصد المحتمل زيارته ومنها دراسة كل من Jackson, 2001, Jackson, white & Schmierer 2000،^(٤) وقد اشارت دراسة Lawson & Thyne 2001 الي ان اختلاف عناصر الثقافة كان احد

1- Burns, P. & Holden, A., **Tourism: A new perspective**, London: Prentice Hall, 1995, p. 113.

٢- ايكة هولنكرانس، مرجع سابق، ص ٣٢٩.

3- Ng, S.I, Lee, J., A. & Soutar, G. N., op.cit, P.1499.

4- ibid.

اهم اسباب الاحجام عن زيارة المقصد.^(١) وفيما يلي يتم تناول أثر كلا العنصرين على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية:

١- تأثير اللغة العربية على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية:

تمثل اللغة اهم وسائل الاتصال الثقافي والمعرفي التي تحمل نسق العادات و التقاليد والقيم الموروثة وتميز المجتمعات؛ لذا فهي تعد نوعا من انواع التراث الثقافي والاجتماعي.^(٢)

وقد تناولت عدد من الدراسات السياحية العلاقة بين اللغة والاتصال الثقافي المتبادل بين السائح والمضيف؛ حيث أشارت كل من دراسة , 97 , Gmelch , 95 , Edgell & Haenisch , 2004 , cohen Kim 2004 إلى أن اختلاف اللغة بين السائح والمضيف تعد غالبا من عوائق هذا الاتصال، وكلما انخفض مستوى معرفة السائح باللغة كلما كان هذا الاتصال في اقل مستوياته، مما يؤدي إلى عدم تمكين السائح من التعرف على ثقافة المقصد أو التعامل مع السكان المحليين وبالتالي عجم الوصول إلى تجربة أصيلة^(٣) ^(٤) وقد أوضح oppermann & Weaver ان الكثير من السائحين يشعرون بعدم الراحة و الامان في التواؤم مع المقاصد التي يتم التحدث فيها بلغة غير مالوفة لهم، او بها من السلوكيات الاجتماعية ما يخالف سلوكياتهم وبالتالي فانهم يفضلون زيارة المقاصد التي تتشابه معهم ثقافيا.^(٥)

1- Lawson, R. & Thyne, M., "Destination avoidance and inept destination sets", *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 7, No.3, 2001 , P. 199.

٢- عبد الله محمد عبد الرحمن، مقدمة في علم الاجتماع، دمنهور : مطبعة البحيرة، ٢٠٠٧، ص ٢٠٤.

3- Cross, C.M., Backman, K.F. & Baldwin, E.D., "The Effect of the Language Barrier on Intercultural Communication: A Case Study of Educational Travel in Italy", *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, Vol. 9, 2009, P. 104

* أشار احد الباحثين من خلال الدراسة السابقة إلى أن اكبر عائقين بالنسبة لسه لزيارة ايطاليا هما المحيط الأطلسي، واللغة الايطالية، أي المسافة الجغرافية وعائق اللغة.

4- Weaver, D. & Oppermann, M., *Tourism Management*, Op.cit , p. 104.

بناءً على ذلك فإن كثيراً من السائحين قد يحجمون عن زيارة مقصد بعينه لمجرد وجود عائق اللغة Language barrier؛ حيث أشار إلى ذلك عدد من الباحثين منهم Lawson, R. & Thyne, M. 2001 عندما تناولوا أسباب تجنب زيارة المقصد Reasons of Avoidance⁽¹⁾، كما أشار كل من Lepp & Gippson 2003 إلى أن إدراك السائح لوجود مخاطرة لزيارة مقصد معين يزداد عندما يكون هناك فارق ثقافي Cultural distance يتمثل في عائق اللغة؛ لذا فإن كثيراً من السائحين يميلون إلى زيارة المقاصد التي تشترك معهم في نفس اللغة.⁽²⁾ وعلى ذلك فإنه في حال رغبة السائح في زيارة مقصد معين تختلف اللغة فيه عن لغة السائح فإنه يقوم بالاستعانة بقاموس Dictionary من أجل تعلم بعض الكلمات البسيطة مثل عبارات التحية و الشكر، أو بعض العبارات المتعلقة بالأنشطة المخطط للمشاركة فيها، كما يسعى الكثير من السائحين أثناء الرحلة إلى البحث عن شخص يجيد اللغة الإنجليزية من داخل المجتمع المحلي باعتبارها لغة عالمية⁽³⁾، أو الاستعانة بمرشد سيلحي.

وقد تناولت عدد من الدراسات المواصفات التي تمكن المرشد السياحي من القيام بدوره كوسيط ثقافي Cultural mediator⁽⁴⁾ بين

1- Lawson, R. & Thyne, M. , op.cit , P. 201.

2- Lepp, A.& Gipson, H , , " Tourist roles, perceived risk and international tourism ", *Annals of Tourism Research*, Vol. 30 ,No.3., 608,610.

3- http://www.ehow.com/how_4554466_overcome-language-barriers-traveling.html, accessed: Aug., 2010.

* استخدم Taft هذا المصطلح لوصف الدور الذي يقوم به المرشد السياحي كوساطة ثقافية بين السائح و المضيف go between كما استخدم عدد من الباحثين مصطلحات أخرى مثل Holloway 1988 الذي استخدم مصطلح cultural broker، و Yu, Weiler & Ham 2002 الذين أشاروا إلى هذا المصطلح أيضاً ووصفوا المرشد بأنه cultural buffer .

السائح، والمضيف من خلال إجادته للغة^(*) كل منهما حيث اعتبرها Yu Weiler & Ham 2002 , عاملا حاسما في الوساطة الثقافية، كما أشار Mc Donnell 2001 إلى أن المرشد يجب أن يكون لديه عدد من المؤهلات العلمية والمعرفية مثل الإلمام بتاريخ، وجغرافيا المقصد و بنيته الاجتماعية^(١)، كما يفترض Yu, Weiler & Ham 2002 أن تتوافر لدى المرشد السياحي معرفة مكثفة بعناصر الجذب المختلفة داخل المقصد السياحي سواء أكانت أماكن طبيعية، أو مواقع أثرية أو غيرها، بالإضافة إلى ضرورة أن يمتلك معرفة قوية بثقافة المقصد والعادات والتقاليد، والقيم الدينية، وأساليب التفاعل الاجتماعي^(٢)، ومن خلال إجادته للغة يستطيع أن يقدم للسائح نظرة عميقة deep insight علي المقصد، وبمده بما هو حقيقي وأصيل؛ حيث يعتبره Zhang & Chow 2004 moment of truth، لذا يرى Holloway أن المعلومة التي يقدمها المرشد السياحي تؤدي إلى نقل السائح من مرحلة عدم المعرفة بقيم ومعتقدات، وعادات، وتقاليد المجتمع المحلي، وممارسات حياته اليومية إلى مرحلة المعرفة التامة

* عرفت International Association of Tour Managers المرشد السياحي علي انه المسئول عن تفسير التراث (طبيعي، وثقافي) بطريقة ممتعة باستخدام لغة الزائر وقد أوضح هذا التعريف مواصفات المرشد الكفاء و التي لن تتضح بدون إجادته للغة، لمزيد من المعلومات، راجع:

Zhang, H.Q., & Chow, I., "Application of Importance – performance model in tour guides' performance: Avoidance from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong", *Tourism Management*, Vol. 25, Issue 1., 2004, PP. 81-91.

1- Mc Donnell, I, "The role of the tour guide in transferring cultural understanding", working paper no. 3,2001, www.business.uts.edu.au/1st/downloads/wp03_McDonnell.pdf, accessed Aug, 2010.

2- Yu, X., Weiler, B. & Ham, S., "Intercultural communication and mediation: A frame work of analyzing the intercultural competence of Chinese tour guides ", *Journal of Vacation Marketing*, Vol.8, No. 1, 2001, PP. 75-87.

بها - from the sphere of unknown to the sphere of well known^(١) ،
ولا يمكن أن يتم ذلك إلا من خلال تمتعه بمهارات اتصالية جيدة^(٢) ،

وتظهر هذه المهارات من خلال العنصرين التاليين:

أ- دوره كمقدم للمطومة Information giver كما يراه كل
من Black in: Pastorelli ،Cohen, 1985 Holloway 1981
2003، وذلك بصورة ممتعة، ومؤثرة من خلال إجادته للغة السائح و
ذلك بطريقة سهلة و عملية تظهر فيها حرفية المرشد في تقديم المعلومة
Hands – on information ، بالإضافة إلي ما يجب أن يتمتع به من
مستوي أخلاقي رفيع^(٣) تجعله يمثل المقصد بصورة مشرفة^(٤) .

ب- قدرته على حل جميع المشكلات^(٥) التي من الممكن أن يواجهها
السائح أثناء الرحلة، وتهيئة جو مريح وممتع خالي من الضغط النفسي
والتوتر؛ مما يمنحه قوة التأثير علي نفسية السائح عاطفيا، وهذا ما يطلق
عليه 2006 Jennings & Weiler صناعة الإحساس Sense
making^(٦) .

1- Rabotic , B., “ Tourist guides in contemporary tourism”,
International Conference on Tourism and Environment,
Sarajevo , March, 4-5, 2010:

<http://www.belgradetours.com/THE%20ROLE%20OF%20THE%20TOURIST%20GUIDE%20IN.pdf>, accessed :Jul.2010.

2- Ap, J. & Wonf, K.K.F.,, “ Case study on tour guiding:
professionalism , issues , problems , ”, *Tourism Management*,
Vol. 22, Issue .5, 2001, P. 551.

Yu, X., Weiler, B. & Ham, S, 2001 راجع ايضا
* أشار اتحاد سان انطونيو للمرشدين السياحيين ١٩٩٧ إلي أن المرشد السياحي لابد
أن يتمتع بمستوي عالي من الأخلاقيات بخلاف مقوماته الشخصية و معارفه، لمزيد
من المعلومات راجع :

Ap, J. & Wonf, K.K.F. “ Op.cit

3- Ap, J. & Wonf, K.K.F., “Op.cit p. 562.

4- Rabotic, B., op.cit.

5- Ibid.

لذا فقد أكدت دراسة Zhang, H.Q. & Chow, I, 2004 علي أن كفاءة المرشد السياحي تعتمد علي كل من القدرة اللغوية، والمهارات الاتصالية، وذلك عندما حاولت هذه الدراسة تطبيق نموذج الأداء الأهمية Importance - Performance في تقييم أداء المرشد السياحي^(١).

بناء علي ذلك فإن المرشد السياحي يستطيع من خلال تمتعه بالموصفات السابق ذكرها كسر عائق اللغة مما ينتج عنه ما يلي:

أ- أن المرشد السياحي يمكنه أن يؤثر إيجابا في صورة المقصد لدي السائحين^(٢)، وقد أشار لذلك كل من Rabotic 2010, Zhang & Chow 2004 حيث يتم ذلك من خلال إظهاره للحقائق حول ثقافة المقصد، وتفسيرها تفسيراً صحيحاً وصادقاً^(٣)؛ مما يؤدي بالسائح لإعادة فهم ثقافة المقصد أو المنطقة التي يقوم بزيارتها بصورة أكثر واقعية^(٤).

ب- أن المرشد من خلال قيامه بدوره بكفاءة يعد احد المسؤولين عن رضا السائح عن تجربته وذلك وفقا لدراسة^(٥) Geva & Goldman 1991, Mossberg 95, Wong, Ap, & Pond 1993 حيث يري weiler, Ham & yu 2002 أن فهم ثقافة المضيف يعد محددا أساسيا لرضا السائح عن تجربته مما يؤدي إلي زيادة احتمالات تكرار الزيارة، أو جلب سائحين محتملين من خلال تأثير الكلمة المنطوقة word of mouth؛ لذا فإن عدم كفاءة المرشد سوف ينعكس بالضرورة في صورة عدم تفاهم ثقافي متبادل، مما يؤدي إلي عدم تحقق رضا السائح.

ج- أن دور المرشد لن يقتصر بذلك علي الوساطة الثقافية Cultural Brokerage وإنما سوف يمتد هذا الدور إلي الوساطة الاجتماعية

1- Zhang, H. Q. & Chow, I., Op.cit , P.81.

2- Ibid, p. 82.

3- Yu, X. , Weiler, B. & Ham , S., Op.cit, P. 79

4- Mc Donnell, I ., op.cit. p. 3

5- Zhang, H.Q., & Chow, I., op.cit, p. 82.

6- Wong, K.K.F. & Ap, J., op.cit, p. 551.

(^١) Social mediation؛ فكما يرى Moscardo فإن تفسير المرشد لثقافة السائح يؤدي إلى مد جسور التواصل بين الثقافات بما يكسر حاجز الاختلافات الثقافية، ويقلل تأثير عدم الألفة، عن طريق إتقان السائح باحترام قيم ومعايير وأساليب تفكير المجتمع المضيف، وقبولها دونما إجبار، بل يمكنه أيضا أن يوجه السائح إلى كيفية التصرف بأسلوب ملائم، بما يجنب السائح سوء الفهم، ويمكنه من التواصل بصورة فعالة مع أفراد ذلك المجتمع، وذلك وفقا ل (Gurung et.al)^(٢) حتي في قبول انواع الاطعمة ايضا^(٣)، وكلها عناصر ثقافية تحمل لرضا خصبة لسوء الفهم و الصراع الثقافي.

ولذلك فقد أكدت دراسة Basala & Klenosky 2001، أن السائح يميل إلى زيارة المقصد الذي يتم التحدث فيه بلغته^(٤)؛ وعليه فإن اشتراك الدول العربية الإسلامية في لغة واحدة يمثل احدي فرص تشجيع السياحة البيئية؛ حيث تعد اللغة العربية احد الثوابت التي تميز الثقافة العربية الإسلامية؛ فبخلاف كونها لغة القرآن الكريم، فهي تمثل لغة التخاطب والتفاهم والتعامل اليومي والتعبير عن الإبداع الفني لمواطني هذه الدول^(٥). يفسر ذلك أيضا اهتمام الماليزيين من العاملين في المنشآت السياحية، وممثلي الامن في الدولة بتعلم اللغة العربية لأغراض السياحة **Special Arabic**، وذلك من اجل تسهيل تعامل السائحين الوافدين من الدول العربية

1- Rabotic, op.cit.

2- Yu, X., Weiler, B. & Ham, S, op.cit, P. 79.

* اشارت دراسة 2011 Chang , R.C.Y, Kivela , J.S.. & Mak , H.N., الى اهمية دور المرشد السياحي في تقديم الاطعمة المحلية ودلائها او قيمة تناولها لدي السكان المحليين و مكوناتها: لمزيد من المعلومات راجع:

Chang, R.C.Y, Kivela , J.S.. & Mak, H.N., "Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When East meets West", *Tourism Management*, 32, Issue. 2, 2011, PP. 307-316.

3- Ng , S.I, Lee,J..A. &Soutar, G. N.,, op.cit, P. 1498.

٤- وجيه كوثراني، "في مدي تأثير العوامل الدينية والثقافية علي التوحيد القومي"، *المستقبل العربي*، العدد ٣٦٧، سبتمبر ٢٠٠٩، ص ص ١٥٢.

الإسلامية مع المرافق المختلفة في ماليزيا؛ حيث اعتبرت اللغة العربية رمزا لعلاقة ماليزيا كمقصد سياحي مع هؤلاء السائحين مما يدعم الصورة السياحية الإيجابية لها، ويمكنها من جذب المزيد من السائحين المحتملين.⁽¹⁾

رغم ذلك فقد أشارت دراسة O'Leary, S., & Deegan, J. (2003)، دراسة. (2003). McKercher, B., & Cros, H. D. (2003). الاختلاف الثقافي أحيانا قد يكون دافعا لاتخاذ قرار السفر⁽²⁾، كما لكد Cross, Backman & Baldwin 2009 أنه ليس بالضرورة أن يمثل اختلاف اللغة عائقا للتفاعل أو للتبادل الثقافي، بل ربما كان دافعا لإثراء خبرة السائح⁽³⁾، وقد أكد ذلك من قبل McIntoch, Goeldner & Ritchie 1995، حينما أشاروا إلى أن لغة الإشارة التي يستخدمها بعض السائحين في التفاعل مع السكان المحليين كإثني المنتجات الحرفية للتذكارية في الأسواق التقليدية أثناء مساومات البيع و الشراء قد تسهم في تجربة سياحية مميزة⁽⁴⁾.

بد تأثير الدين الإسلامي على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية :

تلعب المعتقدات الدينية أيضا دورا رئيسيا في الحياة اليومية للأمة والشعوب⁽⁵⁾، ويعرف الدين علي أنه منظومة من المعتقدات، والممارسات والمراسم والتعبد، وهو اتجاه نحو العالم بحيث تسير رؤية معتنق الدين

-
- 1- Mat, A.B.C& Zakaria, A.B," The Importance of Arabic Language in Malaysian Tourism Industry: Trends during 1999-2004", *Canadian Social Science*, Vol.5 No.4, 2009, PP. 12 – 17 cscanada.net/index.php/css/article/view/385/pdf_222, accessed: Aug , 2010.
 - 2- Ng, S.I, Lee , J. & Soutar, G.N., op.cit, p. 1498.
 - 3- Cross, C.M. , Backman , K.F. & Baldwin , E.D., op.cit. p 115.
 - 4- McIntosh, R.W., Goeldner, C.R., Ritchie, J.R.B., *Tourism Principles , Practices, Philosophies* , New York : John Wiley & Sons Inc., 1995, p. 284.
 - 5- Doswell, R., *Tourism: How Effective Management Makes the difference*, Oxford: Butterworth Heinmann, 1997, p. 155, 156.

للأشياء وفق هذا الاتجاه^(١). وعليه فإن للدين الإسلامي تأثيره على كافة جوانب الحياة في الدول العربية الإسلامية، ومنها السياحة الدولية وهذا ما سيتم تناوله تفصيلاً في النقطة التالية.

• محددات تأثير الدين الإسلامي على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية:

أولاً: الصورة السلبية للإسلام وأسبابها:

تتسم صورة الإسلام في القرن الحادي والعشرين بالتطرف السياسي، والتعصب الديني، والارتباط بالعنف والارهاب، بخلاف اضطهاد المرأة لدى الغرب^(٢)، وترجع الصورة السلبية للإسلام للأسباب التالية:

١- وجود بعض الحركات الإسلامية العنيفة^(٣):

أكد van Koningsveld P.S. Shadid W.A.R. 2002 أن من أهم أسباب الصورة السلبية للإسلام حدوث عدد من الهجمات الإرهابية ذات الصبغة الإسلامية^(٤)، وقد أشار سموك والمهدي ٢٠٠٩

- 1- Croatia, B.V., "Religion", in: Jafari, J., Baretje, R., & Buhalis, d., (eds), *Encyclopedia of Tourism*, London: Routledge, 2001, p.497.
- 2- Morakabati, Y., "Deterrents to Tourism Development in Iran", *International Journal of Tourism Research*, Vol. 13, Issue.2, 2011, PP.103-123.
- 3- Shadid W.A.R., van Koningsveld P.S., "The Negative Image of Islam and Muslims in the West: Causes and Solutions" In: Shadid W.A.R., van Koningsveld P.S. (Eds.): (2002): *Religious Freedom and the Neutrality of the State: The Position of Islam in the European Union* Leuven, Peters, P. 183.,
www.interculturelecommunicatie.com/download/image.pdf,
accessed : Jul., 2010

* أشار إدريس توفيق الي أن الإعلام في الغرب يروج للدين الإسلامي على أنه دين إرهاب إذ يتم الربط مباشرة بين الإسلام وبين العمليات الإرهابية و يؤكد ذلك ما ذكرته إحدى الصحف في الغرب في عنوان المقال الرئيسي في صفحتها الأولى والتي كانت باللون الأسود بينما خط المقال كان مكتوباً باللون الأبيض -

الي ان عدم قيام غالبية المسلمين - قادة وافرادا - بادانة اعمال المتطرفين يعد موافقة ضمنية علي هذه الافعال مما يزيد من الاساءة الي صورة الاسلام.^(١) وقد نتج عن ذلك انه في اعقاب احداث ١١ سبتمبر ظهر مصطلح الارهاب الاسلامي والذي لم يميز بين الاسلام كديانة والاسلام السياسي او الحركات الجهادية.^(٢)

اشار ايضا سموك والمهدي الي ان عدم فهم النشء المسلم الفهم الصحيح للاسلام يعد سببا في سهولة قيام المتطرفين باقتاعهم باستخدام العنف عن طريق تفسيرات غير صحيحة للدين.^(٣) وقد ارجعت امينة جاد ذلك بصورة اساسية الي طبيعة الخطاب الديني الذي لا يهتم بتقديم الصورة الصحيحة، والسمة للاسلام مما قد يؤدي الي تقريخ اجيال ارهابية متطرفة لا تعني بالحوار الامر للذي نتج عنه نشر الرعب من الدين الاسلامي.^(٤)

و يمكن ان يعود الارهاب الي عدد كبير من الاسباب اذ انه علي الرغم من وجود هدف سياسي في الغالب للهجمات الارهابية في الدول العربية الاسلامية الا ان هذه الهجمات عموما لها صبغة ثقافية، وبعبارة اخري فان الارهاب في هذه الدول منفوع ثقافيا ومضمونه هو اتخاذ موقف لمنع ما يراه المتطرفون تهديدا لثقافتهم القومية كما يري صلاح عبد الوهاب.^(٥)

١- من أن الإسلام ليس دين شر، وفي ذلك إشارة واضحة لما ترسخ في ذهن الغربيين من ربط الإسلام بالشر، لمزيد من المعلومات راجع : اندريس توفيق، ندوة الاسلام والغرب - مكتبة الاسكندرية - ٥ يوليو ٢٠١١

٢- ديفيد سموك، قمر المهدي، صنع السلام الاسلامي منذ ١١ / ٩، مجلة المستقبل العربي، العدد ٣٦٤، يونيو ٢٠٠٩، ص ١٣٢

٣- ايمن طلال يوسف، تنميط الاسلام في التصورات الغربية بين الاصولية والفتوى: قراءة تحليلية نقدية، للمجلة العربية للعلوم السياسية، العدد ١٨، ربيع ٢٠٠٨، ص ١٣٩.

٤- ديفيد سموك، قمر المهدي، مرجع سابق، ص ١٣٢، ١٣٨، ١٣٩.

٥- منظمة المؤتمر الاسلامي، ادارة الشؤون الثقافية و الاجتماعية، المرصد الاسلامي للاسلاموفوبيا، التقرير الشهري، يونيو ٢٠٠٨.

5- AL-Hamerneh, Ala, Steiner, C, p. 174.

بالإضافة الي ما سبق فان ما يعانيه المسلمون من تخلف اقتصادي واجتماعي في غالبية الدول الاسلامية لايعني فقط تراجع اسهام المسلمين في ارتفاع الحضارة الانسانية، او فرض احترام ثقافتهم علي الآخر^(*)، وانما يعني ايضا ظهور تأثير الفقر ونقص التعليم وعدم الشعور بالعدالة الاجتماعية علي افراز عناصر ارهابية حيث اشارت دراسة Kruger & Maleckova, 2002 ان الارهابيين في منطقة الشرق الاوسط هم من الفقراء، وان الارهاب هو نتيجة لعدم تنقيف النشء المسلم بالثقافة الدينية الاسلامية الصحيحة بالإضافة الي احساس انعدام الكرامة، والاحباط^(١) اي ان الارهاب غالبا ما يؤسس ليس فقط علي دوافع سياسية او ثقافية فحسب وانما يرجع ايضا الي بعض العوامل الاجتماعية^(**)، وقد لكد ذلك ايضا دراسة Aziz, H. 1995 عندما اشارت الي ان ٨٣.٥ % من الناشطين المسلحين الاسلاميين في مصر ينتمون الي مستويات اقتصادية واجتماعية منخفضة، ونقل اعمارهم عن ٢٥ عاما.^(٢)

* وفقا لماركس ونظريته حول البناءات الفوقية والتحتية في النظم الاجتماعية المختلفة كالنظام الاقتصادي وعلاقته بامتلاك الثقافة الانسانية فان من يمتلك السيطرة علي وسائل الانتاج فانه يمتلك ايضا انماط الفكر وبعبارة اخري ان من يمتلك القوة الاقتصادية يمتلك ايضا القدرة علي فرض ثقافته علي من لا يملك هذه القوة و يدلل علي ذلك سيطرة الثقافة الامريكية علي العالم وسوف يتم تناول ذلك لاحقا في الفصل، ولمزيد من التفاصيل.

1- Grosspietsch, M., " can tourism provoke terrorism ", Working Paper Series. Num3. Sustainable Development Through Tourism, University of Munster, Germany, 2005,

www.tourism-futures.org/content/view/2355/186 , accessed: Nov. 2008.

** عرف FBI الارهاب علي انه استخدام غير شرعي للقوة او العنف ضد اشخاص او ممتلكات من اجل الضغط علي الحكومة والمدنيين لتحقيق اهداف سياسية او اجتماعية، لمزيد من المعلومات، انظر المرجع السابق.

2- Aziz , H. , op.cit , p. 94.

٢- اعتماد فهم الغرب للإسلام على الأفكار المسبقة والتصورات النمطية غير الحقيقية^(١): ينظر الغرب إلى الإسلام كدين وحضارة بصورة غير محايدة لوعقلانية اعتمادا على تاريخ طويل من صراع الغرب مع الشرق وترجع هذه النظرة إلى:

أ- ظهور الاستشراق في العصر الاستعماري ما بين القرن الثامن عشر والتاسع عشر^(٢) وقد كانت أهم أهداف ظهور الاستشراق هو هدف ديني يتمثل في محاربة الدين الإسلامي، وتشويه جوانب كثيرة من الفكر والثقافة الإسلامية^(٣). ولقد أسهم هذا التيار في صياغة التصورات الغربية عن الشرق عامة، وعن العالم الإسلامي بصورة خاصة، معبراً عن الخلفية الفكرية للصراع الحضاري بينهما، ويجزم المفكر إدوارد سعيد أن الاستشراق هو السبب الرئيسي في الشرخ الحادث بين الحضارة الغربية والشرق لوسطية، كما أكد الدكتور مرزوق عبد الله^(٤) أن صورة الإسلام كما جاءت من الموروث الاستشراقي قد كرست الصورة الذهنية الخاطئة عن الإسلام.^(٥)

1- Shadid, W. & Koningsveld, P.S.V, op.cit. P.174.

* يقصد بالاستشراق ذلك التيار الفكري الذي يتمثل في إجراء الدراسات المختلفة عن الشرق الإسلامي، والتي تشمل حضارته وأدبائه ولغاته وثقافته. وقد اتضح ذلك في كتاب إدوارد سعيد "الاستشراق" المنشور سنة 1978، لمزيد من المعلومات، راجع:

www.saaaid.net/feraq/mthahb/75.htm, accessed: Sep., 2010

٢- إبراهيم مناد، نبذة عن مسيرة الاستشراق، "مجلة حوليات التراث"، العدد ٣، ٢٠٠٥، ص ٥١ :

anales.univ-mosta.dz/index.php/archive/152.htm, accessed : Oct. 2010

** يعمل الدكتور مرزوق عبد الله كاستاذ للدراسات الإسلامية في الجامعة الحرة بامستردام وقد كان ذلك في حديث أجراه مع جريدة الشرق الأوسط على هامش زيارته لمقر الامانة العامة لرابطة الجامعات الإسلامية بالقاهرة.

٣- منظمة المؤتمر الإسلامي، إدارة الشؤون الثقافية والاجتماعية، المرصد الإسلامي للإسلاموفوبيا، التقرير الشهري، ديسمبر ٢٠٠٩.

ب- تصوير العرب المسلمين خلال فترة الاستعمار الغربي بصورة يظهر فيها ملامح التخلف كتصويرهم براكبي الجمال، والتأكيد على صورة التزمّت الفكري على الاسلام والمسلمين، كما اختلطت صورة الاسلام بسلبيات الشرق وذلك نتيجة ارتباط الاسلام بمنطقة الشرق الاوسط، وشمال افريقية وتصويرها على انها غير قابلة للتطور وقد اشارت لذلك دراسة Van Koningsveld P.S. Shadid W.A.R. 2002 .،

وقد ظلت هذه الصورة حتي وقتنا الحالي حيث اشارت دراسة عزة عزت ١٩٩٧ ان الاسلام يظهر في الصحافة الالمانية علي انه دين لا يعرف معنى الحياة العصرية، ولا يستطيع مواجهة التغير الاجتماعي خاصة فيما يتعلق بالنظرة للمرأة حيث اشارت دراسة باسل عقيل ٢٠٠١ الي ان الاسلام يبدو في الاعلام الغربي علي انه دين يمارس التفرفة ضد المرأة ويعني فقط بحقوق الرجل^(١)، بينما خلصت دراسة Allam, R. 2008 ان وضع المرأة في المجتمعات العربية الاسلامية يتحدد في واقع الامر بالتجسيد الاعلامي السلبي لدور المرأة التقليدي واطهارها بالسطحية، والعجز عن اتخاذ القرار، وسوء تطبيق تعاليم الاسلام في تحديد وضعها بصورة سليمة بخلاف بعض العادات، والتقاليد الاجتماعية، واحيانا بعض الظروف السياسية التي تقتضي عدم ابراز دور المرأة في المجتمع^(٢)، وفي دراسة AL-Mazroui, L. 2010 تبين انه دائما ما يتم الربط بين دور الاسلام في هذه المجتمعات، وبين مسألة التمييز ضد المرأة الذي تحكمه بالاساس العادات والقوانين الوضعية.^(٣) كما أن حجاب المرأة

١- زينب محمد حسن حامد، صورة الاسلام كما تعرضها المواقع العربية على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧، ص ١٧.

2- Allam, R., "Countering the negative image of Arab women in the Arab Media: Towards a pan Arab eye "Media watch project" , *The middle east institute policy brief* , No. 15, June, 2008, PP. 1-8.

3- AL-Mazroui, L. , The experience of Muslim women employed in the tourism industry, A thesis presented to the University=

المسلمة في الغرب يتم تفسيره على أنه اضطهاد للمرأة المسلمة وهضم لحقها وليس من قبيل الحشمة والالتزام.^(١)

ج- اساءة تقديم الاعلام الغربي سواء الراديو، او التلفزيون، او الانترنت صورة الاسلام لمواطنيه خاصة بعد احداث ١١ سبتمبر، وقد ارجع Mesic , M. هذا الي رغبة وسائل الاعلام في تعظيم مكاسبها السياسية جراء الاحداث من خلال وصف الاسلام بالتطرف، كما اصبحت المسلم يقدم علي انه اراهابي يهدد امن الغربيين.^(٢) كذلك فلن عدم التفريق في الاعلام بين الحركات الاسلامية المختلفة - بغض النظر عن الاهداف السياسية لكل منها - انت الي عدم التفريق بين الجماعات الاسلامية الجهادية التي تستخدم العنف وبين الاخرى ذات للتوجه السلمي .

وتكمن خطورة ذلك في ان وسائل الاعلام اصبحت في وقتنا الراهن المسئول الاول عن عملية نقل صور الشعوب، وثقافتها، وصياغة المواقف منها وحولها، بل انها قد تصنع القرارات السياسية في احيان كثيرة.^(٣)

وقد رصدت دراسة زينب حسن عددا من الدراسات التي تناولت صورة الاسلام في وسائل الاعلام المختلفة قبل ١١ سبتمبر كان اهمها دراسة محمود عبد العاطي ١٩٩٢ حول صورة الاسلام في الاذاعات

= of Waterloo in fulfillment of the thesis requirement for the degree of Master of Arts Recreation and Leisure Studies- Tourism Policy and Planning Waterloo, Ontario, Canada, 2010, (uwspace.uwaterloo.ca/bitstream/10012/5089/1/Almazro'ei_Lubna.pdf), accessed: Jul., 2010, P.8.

١- ادريس توفيق مرجع سابق.

2- Mesic, M. , " The perception of Islam & Muslims and the responsibility of European Muslims towards the media",

(www.culturelink.org/conf/dialogue/mesic.pdf), accessed : Aug, 2010.

٣- جعفر عبد السلام، احمد السايح، " المسلمون و الآخر : اسس لتبادل الحوار والتعاون السلمي"، سلسلة فكر المواجهة، القاهرة: رابطة الجامعات الاسلامية، العدد ٢٠، ٢٠٠٦، ص ١٩٦ .

الاجنبية باللغة العربية الي والتي اكدت ان هذه الاذاعات قد اولت اهتماما كبيرا بالصورة السلبية المتعلقة بالمسلمين. كما رصدت دراسة لؤي صافي ٢٠٠١ صورة الاسلام المشوهة في وسائل الاعلام العالمية والتي اظهرت الاسلام علي انه ديانة متعددة الوجوه ترتبط بالخديعة والعدوان وتسدد سهام الموت للآخرين الذين لا ينتمون اليه. اكدت ايضا دراسة بلسل عقيل ٢٠٠١ ان الاسلام يظهر في وسائل الاعلام الغربية علي انه دين ارهاب ينتشر بحد السيف.^(١) ورغم ذلك فقد كانت هناك محاولات عديدة قبل ١١ سبتمبر لتنظيم حوار بين الاديان الا ان احدث سبتمبر لبرزت بوضوح وعيا ملحا بعدم جدوي هذه المحاولات خاصة ان هذه المحاولات تتطلب وقتا لازالة تاريخ طويل من سوء الفهم بين الشرق والغرب، واستخدما امثا لوسائل الاعلام في هذا الشأن^(٢)

وبلا شك فقد ادت احدث سبتمبر الي ظهور ما يعرف باسم الاسلاموفوبيا او رهاب الإسلام^(٣) والذي يتمثل في نقشي التمييز ضد المسلمين من خلال عدد من الممارسات التي تهدد امنهم في الخارج، وتحول دون ممارستهم حقوقهم وحررياتهم الاساسية من خلال أفراد ومجموعات ذات دوافع سياسية، وقد ظهر ذلك في مجالات قوية التأثير كالاعلام والتعليم مما شكل تربة خصبة لنشر العداء الصريح للإسلام وتكريس الكراهية ضده كما أدى إلى اعدام الثقة بين العالم الاسلامي والغرب، وقد كانت احدث ١١ سبتمبر هي السبب الرئيسي في شن امريكا حربها ضد الاسلام و المسلمين باعتبارهم ارهابيين.^(٤)

١- زينب محمد حسن حامد، مرجع سابق، ص، ١٦، ١٩.

* سوف يتم تناول ذلك بالتفصيل في الجزء الثاني من الدراسة.

** هو لفظ حديث نسبيا يشير إلى الإجحاف والفرقة العنصرية ضد الإسلام والمسلمين يُعرفه البعض على أنه تحيز ضد المسلمين أو شيطنة المسلمين. وقد لوحظ استخدام المصطلح منذ عام 1976 لكن استعماله بقي نادرا في الثمانينات وبداية التسعينات من القرن العشرين وقد انتشر المصطلح انتشارا سريعا بعد احدث ١١ سبتمبر، لمزيد من المعلومات راجع :

<http://ar.wikipedia.org>

*** اكد الرئيس الامريكي باراك اوباما في خطابه الذي قام بتوجيهه الي العالم =

وتتنوع ممارسات الاسلاموفوبيا بين احداث مرتبطة بالرموز الدينية المقدسة او المساجد، او بعض الحملات السياسية والاجتماعية ضد الإسلام والمسلمين. بالإضافة الي التمييز ضدهم في المؤسسات التعليمية وأماكن العمل والمطارات وغيرها.^(١) ولا شك ان حادثة قتل مروة الشربيني قد اوضحت ذلك.^(٢)

وقد اشار د. ادريس توفيق الي انه يجب علي المسلمين التعامل مع هذا المفهوم الذى ترسخ فى عقول غيرهم بفضل الإعلام والذي يؤدي الي التعامل مع المسلمين بطريقة سيئة فقط لأنهم مسلمون.^(٣) وإزاء هذ الصورة السلبية، فقد بات لزاما علي المسلمين انفسهم تصحيحها بالاعتراف اولا بوجود جهل حقيقي بصحيح الاسلام وتاريخ الحضارة والثقافة الاسلامية، ثم تطوير علاقتهم بالغرب و ياتي ذلك اولا

= الاسلامي من جامعة القاهرة ان لحدث سبتمبر ٢٠٠١ كانت سببا في رؤية الاسلام عدوا ليس فقط لأمريكا او العالم الغربي و انما لحقوق الانسان وعليه فان تغيير الموقف الحالي من الاسلام يتطلب وقتا و ان الاسلام في حد ذاته ليس هو المشكلة ولنا هو جزء مهم في الترويج للسلام، وترصد منظمة المؤتمر الاسلامي ظاهرة الاسلاموفوبيا منذ عام ٢٠٠٨ و تصدر نشرة شهرية للأحداث المتعلقة بالظاهرة وبعض التقارير المجمة في هذا الشأن.

لمزيد من المعلومات راجع :

منظمة المؤتمر الاسلامي ، التقرير الثاني لمرصد منظمة المؤتمر الإسلامي بشأن ظاهرة الاسلاموفوبيا اسلاموفوبيا، التقرير الشهري، يونيو ٢٠٠٩

<http://www.oic->

oci.org/uploads/file/Islamphobia/reports/arabic/ISLAMOPHOBIA2-Ar.pdf, accessed: Sep., 2010.

١- منظمة المؤتمر الاسلامي، التقرير الثاني لمرصد منظمة المؤتمر الإسلامي بشأن ظاهرة الاسلاموفوبيا اسلاموفوبيا ، مرجع سابق .

٢- نفس المرجع السابق.

٣- ادريس توفيق، مرجع سابق ، كما اشار تقرير اسلاموفوبيا فبراير ٢٠١٠ ان تقديم همبورجر حنظل في فرنسا جدلا في الاوساط السياسية حيث تم مقاضاة سلسلة مطاعم كويك بتهمة التمييز بين الزبائن في بلد علماني في ٨ مطاعم تابعة للسلسلة خاصة في مناطق ذات كثافة سكانية اسلامية، كما اعطى المتحدث باسم الحكومة الفرنسية معارضة اتجاه المطعم باعتبارها تنذني الانقسام في المجتمع .

من خلال الحوار الذي يمثل وسيلة اجلاء صورة الاسلام الحقيقية^(١)، وهذا ما سوف يتم تناوله في النقطة التالية.

٢- الافتقاد الحواريين الاديان:

اعتبرت قضية الحوار بين الحضارات عموماً، والاديان علي وجه الخصوص، من اهم القضايا المثارة علي الساحة الدولية منذ ان انتشرت في فرنسا مقولة اندريه مالرو وزير خارجية فرنسا في عهد ديغول في السبعينيات من القرن الماضي : "ان القرن الواحد والعشرين سيكون قرناً دينياً او لن يكون"^(٢) وبرزت للقضية بصفة خاصة بعد احداث ١١ سبتمبر في ضرورة تحقيق فهم افضل بين الاطراف المتحاوره عندما بدا الغرب ينادي بضرورة الحوار من اجل الترويج للتسامح بين الاديان، وتعزيز السلام وذلك رغم ما بذل من محاولات قبل الاحداث لاقامة حوار مشترك^(٣)، اذ تبين ان هذه الحادثة قد ابرزت افتقاد الحوار المثمر بين العرب خصوصاً والمسلمين بصفة عامة وبين غيرهم.

والحوار في اللغة العربية هو التجاوب والمجاوبة، وقد ورد لفظ الحوار في القرآن الكريم في مواضع متعددة دلالة علي التفاعل والمراجعة في الكلام^(٤)، والاقتران بالعقل، كما ذكر الجدال بالتي هي احسن في القرآن الكريم؛ لذا يعد الحوار احد قيم الدين الاسلامي الذي يدعو للعدل، والاعتدال، والتوسط، والتسامح دون تخاذل او ضعف؛ لذا فقد حدد عبد العزيز التويجري ١٩٩٧ منطلقات الحوار في الاسلام، وهي: الاحترام

١- جعفر عبد السلام، محمد السايح، مرجع سابق، ص ١٩٦.

٢- فوزية المشماوي، " الحوار بين الحضارات و التحديات الثقافية الكبرى المعاصرة"، الحضارات و الثقافات الانسانية : من الحوار الي التحالف، وقائع الندوة الدولية التي عقدها المنظمة الاسلامية للتربية و العلوم و الثقافة - ايسيسكو - بالتعاون مع وزارة الثقافة و المحافظة علي التراث في الجمهورية التونسية، تونس ١٣٠ - ٢/١ - ٢٠٠٦، ص ص : ١٠٩ - ١١٨.

٣- لمزيد من المعلومات عن هذه الجهود راجع : سموك و المهدي، مرجع سابق، ص ص ١٣٥ - ١٣٧.

* راجع سورة الكهف الاية (٣٧)، و سورة المجادلة الاية (١) .

المتبادل، الانصاف والعدل، نبذ التعصب والكرهية^(٨) وذلك استهدافا للمصلحة العامة، ومنها التعايش بين الامم والشعوب في كافة المجالات الاجتماعية، والسياسية، والثقافية، والدينية^(٩).

ثانياً : ارتباط الدين الاسلامي بالحياة اليومية للمسلمين:

كما هو الحال في غالبية الدول العربية الاسلامية، وهو كما اشارت اليه ايضا Aziz, H 1995 ان الدين الاسلامي هو دين شامل ينظم التفاصيل الدقيقة للحياة اليومية للمسلمين، وجزء اساسي من حياة وثقافة هذه المجتمعات، وقد اوضحت دراسة Morris & Dabbagh 2004 ان التشريعات والقوانين تتضمن قيم واخلاقيات الدين الرئيسي في الدولة، كذلك فان القيم الثقافية والاخلاقية لها اساس في المعتقدات الدينية المختلفة خاصة في الديانات السماوية كاليهودية، والمسيحية، والاسلام^(١٠) وعليه فانه من الملاحظ ان القرن والسنة مصدر التشريع الرئيسي في غالبية الدول العربية الاسلامية.

وعلي سبيل المثال فان الاسلام يلعب دوراً رئيسياً في تحديد مفهوم الثقافة، واتماط التقاليد، والاعراف والمعايير الاجتماعية في المجتمع السعودي، وبالتالي فهو يفرض تعاليمه علي اسلوب الحياة بالكامل خاصة ان المملكة العربية السعودية مركز العالم الاسلامي وتستضيف علي ارضها الحرمين الشريفين وقد اشارت لذلك دراسة AL-Ghamdi, A.(2007)^(١١). بناء علي ما سبق من محددات يمكن التعرف علي مظاهر تأثير الدين الاسلامي علي السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية.

*راجع سورة المائدة الآية (٨)، و سورة الممتحنة الآية (٨) .

١-عبد العزيز بن عثمان التويجري، الحوار و التفاعل الحضاري من منظور اسلامي، الرباط: المنظمة الاسلامية للتربية والعلوم والثقافة - ايسيسكو : ١٩٩٧، ص : ٨-١٧.

2- AL-Ghamedi, explicit and implicit motivation towards outbound tourism: a study of Saudi tourists, a thesis for Degree of Doctor of Philosophy in Marketing, The University of Glasgow, School of Business and Management, September, 2007, PP.8, 23

3- Ibid , PP, 8, 11.

• مظاهر تأثير الدين الاسلامي على السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية.
أولاً: تأثير الصورة السلبية للاسلام على السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية:

ان الصورة السياحية هي جزء من الصورة العامة للدولة وفقاً لرؤية منظمة UNWTO، بما يعني انخفاض ميل السائحين لزيارة غالبية الدول العربية الاسلامية خاصة ان Dobson and Marsh (2001) يصف منطقة الشرق الاوسط بانها مسرح للعنف دونما استثناء وهذا ما اكدت عليه دراسة Morakabati 2011 بتصنيف دول المنطقة الي دول شديدة الخطورة، ودول خطرة ودول متوسطة الخطورة.^(١)

وعليه يجب ادراك مدي اهمية الصورة السياحية قبل زيارة المقصد؛ حيث تبرز اهمية الجانب المعرفي cognitive في تكوين اتجاهات السائح بدون تكوين علاقة مادية مع المقصد، مما يؤدي الي التأثير علي مشاعر السائح سلبي او ايجابا اثناء مرحلة التقييم في عملية اختيار المقصد.^(٢)

واذا كانت من اهم خصائص الصورة السياحية هي انها تتغير ببطء وبصورة تدريجية، وانها تميل الي الثبات وقد تأخذ سنوات لتتغير^(٣)، فانه من الصعب في ظل تلاحق الاحداث اليومية عبر وسائل الاعلام محو تاريخ طويل من الصراع بين الحضارتين الغربية والاسلامية^(٤) خاصة مع وجود اختلاف ثقافي جوهري بينهما وعدم قبول هذا الاختلاف.^(٥)

وفي ظل اساءة تقديم الاعلام الغربي لصورة الاسلام، واستمرار اسباب ذلك^(٦)، بالاضافة الي موروث التصورات المغلوطة عنه من خلال

1- Morakabati , Y., op.cit , p.106.

٢- داليا محمد تيمور زكي، مرجع سابق، ص ص ١٤-١٧.

٣- نفس المرجع السابق، ص ٢٤.

٤- منظمة المؤتمر الاسلامي، ادارة الشؤون الثقافية والاجتماعية، المرصد الاسلامي للاسلاموفوبيا، التقرير الشهري، يونيو ٢٠٠٨، مرجع سابق

5- Mesic, op.cit, p. 2.

* ان الصورة التي تتكون لدي السائح قبل الزيارة تنتج عن مصادر معلومات غير سياحية ولا علاقة مباشرة لها مع المقصد مثل وسائل الاعلام و كتب الجغرافيا والتاريخ والادب لذا يطلق علي هذه الصورة صورة عضوية organic image، لمزيد من المعلومات، داليا زكي : مرجع سابق، ص ص ١٩- ٢١ .

كتب المستشرقين، فإن النتيجة المتوقعة هي تآثر اتجاهات حركة السياحة بصورة سلبية والذي يظهر في صورة انخفاض حجم التدفق السياحي نسبياً إلى الدول العربية الإسلامية؛ حيث أنه من الصعب على السائح أن يزور بلداً يكرهها لسبب معين^(*)

وبعبارة أخرى فإن هناك علاقة وثيقة بين الصورة السياحية وقرار السفر مع العلم أنه من السهل تقوية صورة إيجابية مدركة بالفعل عن محاولة تصحيح واحدة أخرى سلبية.^(**)

ثانياً: صور تأثير ارتباط الدين الإسلامي بالحياة اليومية للمسلمين على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية :

١- تأثير الإسلام على قبول مجتمعات المقاصد لأنماط التنمية السياحية :

أوضحت دراسة Aziz, H. 1995 أنه لا يوجد دين ضد السياحة كما أشارت أن الإسلام يقبل السياحة ويشجعها، ولكن ربما كان هناك بعض الأفراد ممن لهم موقف مضاد بغض النظر عن الدين الذي يتبعونه. وفي دراسة لمركز المعلومات والأبحاث السياحية السعودي (ماس) ٢٠٠٩ تبين تأثير سياسات التنمية السياحية في المملكة العربية السعودية بالتعاليم الدينية، والقيم الاجتماعية التي تحكم المجتمع السعودي انطلاقاً من رغبة المجتمع في المحافظة عليها؛ بحيث لا ينتج عن النشاط السياحي آثار اجتماعية وثقافية سلبية سواء فيما يتعلق بتغيير أنماط السلوك أو بالملابس التقليدية خاصة بالنسبة للمرأة^(١)؛ مما يعني ظهور تأثير الدين الإسلامي على انخفاض تدفق السائحين.

* تمت الإشارة من قبل في الفصلين الثاني والثالث إلى أثر أحداث ١١ سبتمبر على السياحة الدولية الوافدة إلى الدول العربية الإسلامية، بالإضافة إلى تأثير هذه الأحداث على زيادة سفر السائحين المسلمين إلى الدول الإسلامية لقضاء أجازاتهم.

** سوف يتم تناول ذلك بالتفصيل في الجزء الثاني من الدراسة.

١- الهيئة العامة للسياحة والآثار، مركز المعلومات والأبحاث السياحية (ماس)، "التأثيرات الاجتماعية والثقافية للتنمية السياحية على المجتمعات المحلية"،

وتحاول غالبية الدول العربية الاسلامية تنمية النشاط السياحي بما يتوافق مع القيم الدينية للسكان المحليين كما تري دراسة كل من , Aziz (1995), H. (1989), Kadir, D حيث اظهرت نتائج دراسة كل من Uriely, N., Israeli, A. & Reichel, A. (2003)^(١) ان اي اتجاهات سلبية من السكان المحليين نحو السائحين تؤدي الي الاضرار بالتنمية السياحية؛ لذا فان دعم السكان المحليين لاتجاهات التنمية السياحية يعد امرا ضروريا لنجاح واستدامة اي نمط للتنمية السياحية ؛ لذا يؤكد Lawson, Merrette & Williams, 1996 ان قبول المجتمع المضيف لتقافة السائح يعد قوة دافعة للمقصد السياحي الناجح، وسببا رئيسيا في عودة السائح الي نفس المقصد بل و ترشيحه للأصدقاء.^(٢)

وفي حالة الدول العربية الاسلامية فان الفارق الثقافي الواسع بين ثقافة السائح الغربي علي وجه الخصوص والتي غالبا ما توصف بالانفتاحية، وثقافة هذه المجتمعات المحافظة يتطلب بالضرورة رسم استراتيجيات سياحية تراعي خصوصيات المجتمع بما يتواءم مع ثقافة السائحين، وبما يحمي الثقافة العربية الاسلامية^(٣) لأنه من المعروف ان هناك بعض الحركات الدينية المتطرفة التي قد تشكل اتجاها عاثيا ضد

-
- 1 - Uriely, N., Israeli, A. & Reichel, A., "Religious Identity And Residents' Attitudes Toward Heritage Tourism Development: The Case Of Nazareth ", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, vol. 27 no. 1, PP. 69-84.
 - 2- Thyne, M., Lawson , R.&Todd, S., " The use of conjoint analysis to assess the impact of the cross – cultural exchange between hosts & guests", *Tourism Management* , Vol. 27 , No. 2 , 2006 , P. 201.

* سوف يتم تناول ذلك بالتفصيل في الجزء الثاني من الدراسة.

٣- محمود سالم عبد الله، " الدور الثقافي والمعرفي للسياحة في مد جسور التقارب بين الثقافات والحضارات للعالم"، في : فيصل سعيد فارع (المحرر)، *السياحة في الجمهورية اليمنية : أوراق عمل وتوصيات الندوة العلمية التي نظمتها مؤسسة السعد للعلوم والثقافة، تعز : مؤسسة السعد للعلوم والثقافة،*

٢٠٠٣، ص ص ٥٣-٥٦ .

السياحة الدولية سواء من خلال استهجان بعض سلوكيات السائحين وبدعوي حماية المجتمع من انتهاك قيمه وذلك عندما تحدث هجمات. تتزعّمها حركات إسلامية الصبغة ضد السائحين والمنشآت السياحية^(٤)، وقد ذكرت محيا زيتون ان ضرب السياحة في فترة التسعينيات في مصر يرجع الي استياء الجماعات الإسلامية العنيفة من تجاوزات الاجانب في التصرفات المناقفة للقيم الإسلامية.^(١)

٢- تأثير الاسلام على أنشطة السائح المسلم:

وفقا ل(Poria et al. (2003 فان اثر المعتقدات الدينية تتعكس علي السلوك في مظهرين رئيسيين، الاول يتمثل في تعليمات واضحة وصريحة مثل منع اكل لحم الخنزير عند المسلمين او منع اكل لحوم الابقار لدي الهندوس وقد اشارت دراسة Grigg 1995 الي اثر الدين والتدين علي تناول الاطعمة. اما المظهر الاخر يتمثل في تاثير السلوكيات وثقافة وقيم المجتمع وقد اشارت دراسة (Essoo and Dibb (2004 الي تاثير الدين علي سلوك الاتفاق بين المسلم والهندوسي.

وانطلاقا من احكام الشريعة الإسلامية في تحريم الخمر او تناول لحوم الخنازير بكافة اشكاله، وكذلك تحريم لعب القمار وممارسة الدعارة او اي شكل من اشكال الاباحية الجنسية؛ فانه لا يجوز للسائح المسلم ان يقوم بتناول الخمر او ممارسة لعب القمار او التواجد في اماكن الممارسة.^(٢)

وقد اكدت دراسة Weidenfeld, A. and Ron, A. 2009 ان الدين لا يؤثر فقط علي اختيار السائح لمقصد معين دون غيره او رفض زيارة مقصد اخر، وانما قد يؤثر ايضا علي تفضيلات المنتج السياحي، والتسهيلات المرتبطة به، خاصة في حال استهداف جذب شرائح جديدة

* راجع الفصل الثالث.

١- محيا زيتون، مرجع سابق، ص ٣٠٨.

- 2- Battour, M., Ismail, M.N.. & Battor , M., "The Impact of Destination Attributes on Muslim Tourist's Choice, *International Journal Of Tourism research*, 2010, Published online in Wiley Online Library:

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jtr.824/pdf>, accessed: Jan, 2011.

من السوق السياحي، أو استحداث لمناطق سياحية جديدة^(١)؛ لذا فانه من الأحرى ان يتم تحويل العلاقة بين الدين والسياحة من علاقة صراع الى تكامل وانسجام وتعايش كما انه من الضروري وضع الاحتياجات الدينية للسائح في اعتبار القائمين علي النشاط السياحي خاصة وان السائح المسلم علي وجه الخصوص اصبح في الآونة الأخيرة يقرر احيانا عدم اختيار مقصد معين نظرا لعدم توافر خصائص تخدم احتياجاته، خاصة وان تعاليم الدين الاسلامي تتعكس علي اختيار السائح للمقصد وتفضيلاته^(٢).

٢- تأثير الاسلام علي العلاقة بين السائح والمضيف:

أكدت الدراسات الانثروبولوجية ان الاتصال بين الثقافات المختلفة عن طريق السياحة قد ينجح عن:

- ١- اما قبول الثقافة الجديدة داخل المجتمع، عن طريق استعارة نماط السلوك والقيم الجديدة للسائحين، كتقليد طريقة اللبس مثلا
- ٢- اومحاولة مواءمة السلوكيات الجديدة مع الثقافة المحلية مثل قيام المضيفين بمحاولة تقبل بعض السلوكيات من السائحين كقبولهم ارتداء السائحين الملابس المتحررة .
- ٣- او حدوث ما يعرف بالرفض لهذه السلوكيات و القيم الجديدة^(٣) ووفقا للدراسات التي تناولت اثر السياحة علي المجتمعات المحلية خاصة تلك المحكومة بقوة بعدد من القيم الدينية والاجتماعية، مثل الدول العربية الاسلامية، فان رفض بعض الممارسات التي تنتهك هذه القيم قد

* تناولت دراسة Weidenfeld 2006 دراسة الاحتياجات الدينية للسائحين المسيحيين في صناعة السياحة عن طريق بحث المتطلبات الدينية للسائح الديني و الذي ليس دافعه الرئيسي للسفر هو الدين ، وسوف يتم تناول ذلك بالتفصيل في الجزء الثاني من الدراسة

1 - Weidenfeld, A. and Ron, A., Religious Needs in the Tourism Industry, *Anatolia* , Vol.19 , No. 2 , winter 2008 , PP. 357-361.

** راجع آيات القرآن الكريم: سورة المائدة الآية (٣)، والآيات (٩٠،٩١) ، سورة الانعام الآية (١٤٥)، سورة البقرة الآية (٢١٩)

٢- محمد يسري دعبس، السياحة و المجتمع : دراسات و بحوث في اثروبولوجيا السياحة، مرجع سابق، ص ص ٧١٥ - ٧١٨.

يكون امرا متوقعا عندما يتم من خلال قيام السائحين ببعض السلوكيات مثل ارتداء الملابس المتحررة، وتناول الخمر، ولعب القمار، وممارسة الدعارة مما قد يؤدي الي حدوث قبول وانتشار هذه السلوكيات والقيم في المجتمع المضيف وذلك وقال Tosun , C. 2002⁽¹⁾

وقد اشار يسري دعبس الي ان الاتصال المباشر ليس ضروريا لحدوث التأثير فمجرد رؤية السائحين وسلوكياتهم قد ينثر تغيرات سلوكية من جانب المضيفين⁽²⁾، لذا تبرز اهمية الكتب الارشادية، والتعليمات الخاصة بالمسافرين المتاحة بالمجلات السياحية والتلفزيون وشبكة الانترنت اثناء الاعداد للرحلة في تعلم اشياء عن القيم الحقيقية للمجتمع المحلي وتكوين صورة مسبقة وذلك وفقا لداليا زكي ٢٠٠٨⁽³⁾

وقد اشارت دراسة Diedrich, A. & Buades, E.G, 2009 ان السائح عندما يشعر انه غير مرحب به فلن يكون لديه ميل للعودة، و ربما يشجع غيره علي عدم المجيء⁽⁴⁾

بناء عليه فان دراسة Weidenfeld, A. & Ron, A.S. تري ان الدين يؤثر علي اختيار السائح للمقصد⁽⁵⁾ خاصة ان التشابه الثقافي بين بلد السائح الاصلي وبين المقصد يمنح السائح فرصة الارتباط بالمجتمع المضيف، حيث وجد ان الناس ينجذبون لغيرهم ممن لهم نفس الاتجاهات والمعتقدات مما يضمن لهم خبرة ايجابية وقد اشارت دراسة Yvas87 ان السعوديين يفضلون السفر الي الدول الاسلامية⁽⁶⁾، كما ان

1- Tosun , C , " Host perceptions of impacts : A comprehensive tourism study" , *Annals of tourism research*, Vol. 29, No. 1, PP. 231- 253.

٢- محمد يسري دعبس، *العلاقات الاجتماعية للسائح : رؤية في قشورولوجيا السياحة*، الاسكندرية : الناشر المؤلف، ١٩٩٣، ص ٦٩.

٣- داليا محمد تيمور زكي، مرجع سابق، ص. ٢١.

4- Diedrich, A. & Buades, E.G, op.cit, p. 513.

5- Weidenfeld, A. & Ron, A.S., "Religious needs in the Tourism Industry " , *Anatolia* , Vol.19, No. 2 , winter, 2008, PP. 357- 361.

6- Ng, S.I, Lee, J., A. & Soutar, G. N., op.cit, p. 1498.

هذه النوعية من السائحين غالباً ما لا ينتج عن زيارتهم أية آثار اجتماعية سلبية نظراً للتمائل النسبي في السلوكيات والعادات والتقاليد وفقاً لـ weaver & oppermann 2000^(١) وهذه احدي فرص تنمية السياحة الدينية.

وبصورة عامة فان الشريعة الاسلامية تعتبر المسافرين ايا كان دينه او لونه او عرقه او جنسيته متمتعاً بنفس حقوق المواطن داخل الدول الاسلامية وامنا علي نفسه وعائلته وماله ومسكنه^(٢)، كما اشارت دراسة محمد سعيد الغامدي ٢٠٠٢ الي ان السائح يعتبر في الاسلام ضيفاً كريماً له حقوق الضيف التي تقرها الشريعة الاسلامية، وعليه يجب اكرام السائح والاهتمام به^(٣)، وانطلاقاً من مبدأ احترام الكرامة الانسانية فان الاصل في التعامل مع السائح هو الاحسان والمسالمة، وليس العداء والرفض لمجرد اختلاف جنسيته او دينه، او انتمائه العرقي، وهذا ما اكدت عليه دراسة كل من عبد السلام، و السايح ٢٠٠٦.^(٤)

ويدل ذلك علي ان ما يرفضه الاسلام هو ما يؤثر سلباً علي الثقافة و الافراد انطلاقاً من مبدأ لا ضرر ولا ضرار وهذا ما اشارت اليه Aziz, 1995؛ لذا فان دراسة Din , K.H اكدت علي تأثير الدين علي السياسات السياحية في الدول العربية الاسلامية.

1- Weaver, D. & Oppermann, M., **Op.cit**, p. 104.

2- Aziz, H. , " understanding attacks on tourists in Egypt ", op.cit, P. 92

٣- محمد سعيد الغامدي، " تنمية النشاط السياحي في الاقتصاد الاسلامي " : دراسة في الاصول النظرية والتجربة السعودية "، مجلة البحوث القانونية و الاقتصادية، العدد الحادي و الثلاثون، ابريل ٢٠٠٢، ص ص ١ - ٨٧ .

* قال رسول الله صلى الله عليه و سلم : " من كان يؤمن بالله و اليوم الآخر فليكرم ضيفه "

٤- جعفر عبد السلام، احمد السايح مرجع سابق، ص ٨٤

وعلى ذلك يمكن التوصل الى ان اثار العلاقة بين السائح والمضيف تعتمد على العوامل التالية:

اولا: مدي قيام السائحين بالتواؤوم مع قيم المجتمع، وقوة هذه القيم، حيث انه كلما اظهر السائح احترامه لقيم المجتمع المضيف كلما لاقاه المجتمع المضيف بالترحيب.

ثانيا: مدي الاختلاف الثقافي بين السائح والمضيف، فكلما زاد الفارق الثقافي بينهما كلما ادي ذلك الي نتائج سلبية للعلاقة نابعة من عدم الفهم وعدم قبول الاختلاف.

ثالثا: مدي رغبة المقاصد سواء المجتمع المضيف، او القائمين علي الصناعة في المواءمة بين المكاسب الاقتصادية من خلال جذب السائحين الدوليين، وبين نتائج ذلك علي الاعتبارات الاجتماعية و الاخلاقية.^(١)

وتفسر هذه العوامل الثلاثة اعتبار السياحة الغربية (او السياحة الدولية الوافدة من غير الدول العربية والاسلامية) western style tourism غير متوافقة مع الدين الاسلامي في عدد كبير من مجتمعات الدول العربية الاسلامية مما انعكس اثره علي حجم التدفق السياحي الي منطقة الشرق الاوسط باسرها.^(٢)

ووفقا لدرجة قبول المجتمعات لاتجاهات واستراتيجيات التنمية السياحية القائمة فقد اشارت دراسة Din. K 1989 الي تنوع الاتجاهات التي تتخذها صناعة السياحة في الدول الاسلامية بصفة عامة وهي اما:

أ - عزل السياحة عن المجتمع المضيف، وخير مثال علي ذلك المملكة العربية السعودية، وهذا يقلل اي نوع من تاثير التبادل الثقافي الناتج عن السياحة سواء اكان ايجابيا او سلبيا.

ب- قبول درجات متفاوتة من التحرر في النشاط Laisser Faire : وهي تلك الدول التي تعتبر السياحة احدي اولويات التنمية الاقتصادية

1- Burns, P. & Holden, A, Op.cit. PP.119- 120.

2- Saadi, M.A, & Handerson, J.C, Tourism in Saudi Arabia and its future development,

(<http://qspace.qu.edu.qa/bitstream/handle/10576/8105/120511-0005-fulltext.pdf?sequence=3>), accessed: Oct, 2009.

الا ان ليس كل دولة تستطيع ان تتقبل نفس انماط التنمية السياحية ففي مصر يتمتع علي المصريين دخول صالات القمار، بينما يسمح بتداول الكحوليات.(١)

ج- انخفاض درجة تشجيع السياحة مثل ليبيا.

٤ دور الدين الاسلامي في النشاط السياحي(*)

ارتبط الاسلام عبر تاريخه بالسفر لأغراض الحج والعمرة (**)،
وزيارة الاضرحة والمزارات الدينية المختلفة بخلاف الرحلات
التجارية (***)، والسفر لطلب العلم (****) ولتأمل في خلق الله لإدراك
عظمة الخالق (*****) كما تعددت الآيات التي تامر بالتدبر والتأمل في
الخلق، ايضا هناك من الآيات ما يستهدف ايضا من الانسان التفكير
والاعتبار من النظر في تاريخ الاولين (*****) من خلال زيارة الآثار التي

1- Din , K.H , " Islam & Tourism : patterns , issues , options ,
Annals of tourism research, Vol. 16, issue 4 , 1989, PP554-556.

* تم الاستعانة في هذا الجزء بالمراجع التالية:

١- محمد سعيد الغامدي، مرجع سابق، ص ص ١١-٢٥

٢- عبد الباري محمد داوود، *السياحة في الاسلام*، الاسكندرية : دار المعرفة
الجامعية، ١٩٩٦، ص ص ١٨، ١٩ .

3- Aziz, H "The journey: an overview of tourism & travel
in the Arab/ Islamic context" op.cit, pp. 151-153

** آيات القرآن الكريم (١٥٨)، (١٩٧) سورة البقرة، الآية (٩٧) آل عمران، كما
توجد سورة كاملة تسمى الحج بالقرآن الكريم

*** رحلتا الشتاء و الصيف الي اليمن و الشام التي كان يقوم بها العرب قبل و بعد
ظهور الاسلام، راجع سورة قريش الآية رقم (٢)، كما ورد لفظ السفر في آيات
(١٨٤)، (٢٨٣) من سورة البقرة، و (٤٣) سورة النساء، الآية (٦) سورة
المائدة، (٤٢) سورة التوبة، (٦٢) سورة الكهف

**** قال رسول الله (ص): " من سلك طريقا يلتمس فيه علما سهل الله له به طريقا
الي الجنة " رواه مسلم، وأصحاب السنن عن أبي هريرة .

***** راجع آيات القرآن الكريم :، الآية (١٩١) سورة آل عمران، الآية (١٨٥) من
سورة الاعراف، الآية (٢٠) العنكبوت، الآية (١٠١) سورة يونس، (٢٧)
فاطر، (٦٠)، (٦١) النمل، (٩٧) الانعام،

***** راجع آيات القرآن الكريم : الايات (٦)، (١١) سورة الانعام، الآية (١٠٩)-

تذكر الانسان بتاريخ الحضارات السابقة، وقد ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم بمعنى المجيء و الذهاب^(*)، كما كان النبي صلى الله عليه وسلم اذا رجع من السفر يقول " ايون تائبون سائحون لرينا حامدون " وفي هذا الدعاء ورد لفظ السياحة بمعنى الحركة والسير في الارض، كما ورد لفظ الترويح في حديث النبي صلى الله عليه وسلم " روحوا القلوب ساعة فساعة " من اجل للترويح عن النفس وتجديد نشاطها، ووفقا لتعاليم الاسلام فقد امر الاسلام لتباعه ايضا بزيارة الاقارب والاصدقاء من اجل تقوية صلة الرحم سواء بين الاهل او بين الامة.^(**)

ومن الواضح ان كافة هذه الرحلات ترتبط في اطار الشريعة الاسلامية بالالتزام بمبادئها والبعد عما هو منهي عنه شرعا خاصة بالنسبة للسائح المسلم.

الا انه من الجدير بالذكر ان المزارات الدينية الاسلامية كالمساجد، والاضرحة لا ترتبط زيارتها فقط بالمسلمين لاغراض دينية، وانما تعد ايضا جزء من المنتج السياحي الثقافي، حيث يسعى السائحون ايا كانت معتقداتهم الدينية الي زيارتها بدافع التعرف على ثقافة المقصد حيث يعتبرونه جزء من التراث الثقافي العالمي وملكا للاستساية⁽¹⁾، وترتبط زيارتهم لهذه الاماكن بتباعد بعض القواعد من حيث التزام

- سورة يوسف، الايات (١٤)، (٦٩) سورة النمل، الاية (٨٢) سورة غافر، الاية (١٠) سورة محمد، الاية (٣٦) سورة النحل، (٤٦) الحج، الايات(٩)، (٤٧) سورة الروم، الاية (٤٤) فاطر، الاية (٢١).

* راجع آيات القرآن الكريم: الآيات (٢)، (١١٢) سورة التوبة، كما وصف التنقل بلفظ السير في الاية (١٨) سورة مباء، و لفظ الضرب في الاية (٩٤)، والآية(١٠١) سورة النساء

** في صحيح الاباثي عدد من احاديث صلة الرحم اشهرها:

قال صلى الله عليه وسلم : قال الله تعالى:لما خلقت الرحم وشققت لها اسما من اسمي فمن وصلها وصلته و من قطعها قطعته، وقال صلى الله عليه وسلم : من أحب أن يبسط له في رزقه وأن ينسأ له في أثره فليصل رحمه.

1- Handerson, H.C, "Managing tourism and Islam in peninsular Malaysia", *Tourism management*, Vol. 24, 2003, P. 448.

الساحات بارتداء ملابس مناسبة، واتباع سلوكيات تتوافق مع قدسية المكان، واحترام القيم الدينية للسكان المحليين.^(*)

وهذا الاحترام من الممكن ان يلعب دورا كبيرا في تحقيق التفاهم والتعاون بين المقاصد العربية الاسلامية وغيرها، الا ان السليحة قد تحمل ايضا اثارا معاكسة في حال عدم احترام السائح لتقافة هذه المقاصد مما ينعكس علي منظومة المعتقدات والقيم الاصلية، وقد ينعكس علي زوال معالم الهوية الثقافية لها، خاصة في عصر العولمة، وهذا ما سوف يتم تناوله بالتفصيل في النقطة التالية.

ثانيا: اثر السياحة الدولية علي الهوية الثقافية للدول العربية الاسلامية في ظل

العولمة:

تري عدد كبير من الدراسات ان السليحة تلعب دورا كبيرا في تحقيق التفاهم والتعاون بين الشعوب مثل دراسة , N WTO1980 Thyne , M., Lawson, R., & Todd, S., 2006, وفقا لBochner, 82 فان الاتصال بين الثقافات يمكن ان يخلق فرصة للمعرفة المتبادلة بينها ويسهم في القبول والتفاهم المتبادل، ويقلل الصراعات والتوتر والاحكام المسبقة⁽¹⁾؛ لذا يعتبرCohen & Kennedy 2000 السياحة احد اهم القوي التي تشكل العالم من خلال كونها قوة للترويج للسلام و التفاهم بين الناس.⁽²⁾

ومن ثم فقد راي صلاح عبد الوهاب ان السياحة من خلال قيامها علي الاتصال بين الشعوب وتبادل المعرفة تعد معيارا لتوثيق العلاقات الدولية مما يمكنها من ان تؤدي الي انتشار التفاهم الدولي و التسامح والتحرر من التعصب والعنف بما يخدم السلام العالمي، وقد صدر عن مؤتمر "السياحة قوة دافعة للسلام" الذي انعقد في مدينة فانكوفر بكندا

* سوف يتم تناول ذلك في الجزء الثاني من الدراسة.

1- Thyne, M., Lawson, R., & Todd, S., op.cit, p. 201.

2- Higgins, F., "More than industry": the forgotten power of tourism as social force", *Tourism Management*, Vol. 27, 2006, P. 1192.

أكتوبر ١٩٨٨ ما يعرف باسم "عقيدة المسافر المسلم" والذي يتضمن ابتداء ضرورة ان يتقبل المسافر اختلاف ثقافة وعادات المجتمع المضيف وسلوكيات أفرادِهِ ويحترمها.^(١)

وقد أوضح Telfer & Sharpley 2008 ان الاتصال بين السائح والمضيف يزيد من قبول الثقافات المختلفة، ويسهم في تغيير ادراك السائح حول المقاصد والأفراد والثقافات المختلفة بحيث يعود السائح باتجاه ايجابي نحو المجتمع المضيف وثقافته.^(٢)

وقد اوضحت دراسة Groth 70, Pearce 82 ان الخبرة بزيارة المقصد تستطيع تغيير ادراك السائح نحو المجتمع المضيف حيث اثبتت هذه الدراسات تغير الصورة الساحية بعد الزيارة post-travel image للأفضل بالمقارنة بالصورة قبل الزيارة pre-trip image، مما ينعكس بالضرورة على تقليل التوتر، والاختلافات، والصراعات، والقضاء على الأفكار السلبية التي نسيء الي الصورة السياحية.^(٣) ويشترط Robinson, M. & Picard, D., 2006 لتحقيق ذلك رغبة كل من السائح والمضيف في إقامة حوار انساني مشترك، وبالتالي التعارف والتفاهم اجتماعيا وثقافيا.^(٤)

وقد جاء في تمهيد كتاب "الاسلام والمسيحية" لاليكسي جورافسكي ان السياحة من العناصر التي غيرت وجه العالم وادراك الناس له واتها

١- صلاح عبد الوهاب، " السياحة عامل للتسامح و السلام"، في : صلاح عبد الوهاب (المحرر)، مرجع سابق، ص ص ١٩، ٢٠ .

2- Telfar, D.J. & Sharpley, R., op.cit, p. 198.

3- izam, A., Fleischer, A. & Mansfeld, Y., "Tourism and Social Change: The Case of Israeli Eco-tourists Visiting Jordan ", *Journal Of Travel Research*, Vol. 41, November, 2002 , PP. 177-184..

4- UNESCO, Robinson, M. & Picard , D., " Tourism , Culture, and sustainable development "
(unesdoc.unesco.org/images/0014/001475/147578e.pdf)
accessed: Oct, 2010.

تحول حضاري شامل ينتقل بالناس من ضيق القوميات والاعراق والجناس الى سعة المجتمع الانساني الواحد. ومن خلال هذا الراي يلاحظ ان المهمة التي تؤديها السياحة تتوافق بلا شك مع ما يستهدفه الاسلام من محو اسباب التفرقة والنزاع بين الناس حيث يدعو الى التسامح وتقديم نظرة كونية شاملة للانسان^(١).

وقد كان عنوان يوم السياحة العالمي لعام ٢٠١١ السياحة - تواصل الثقافات Tourism- linking cultures الذي يحضره السكرتير العام للمنظمة وقيادات السياحة والطيران في العالم بدعوة من المنظمة للتذكير بأهمية السياحة في حياة البشر والتواصل الإنساني، وكان يستهدف ازالة عوائق الاتصال بين البشر مثل اللغة والدين والعرق والمسافات والايولوجيات بما يخلق تقاهما عالميا و يسهم بالتالي في تعزيز السلام والتسامح والاحترام المتبادل بين البشر من مختلف الثقافات وذلك من خلال ممارستهم للنشاط السياحي وتفاعلهم معا بشكل مباشر، وقد تم اختيار مدينة اسوان "مصر" رسميا من قبل منظمة السياحة العالمية UNWTO من اجل استضافة الاحتفالية رسميا.^(٢)

الا ان السياحة قد تحمل ايضا اثرا معاكسة خاصة في عصر العولمة ويشهد ذلك في حال وجود اتجاهات سلبية اصلا سواء من السائح نحو المضيف او العكس اذ تعتمد طبيعة العلاقة بينهما علي خلفياتهم الثقافية اذ يري Reisinger 94 انه قد ينتج عن هذه العلاقة خبرات سلبية في حال الاختلاف الثقافي وعدم قبول هذا الاختلاف^(٣)؛ اذ اشارت مها بداري الي انه مما يزيد من حدة التأثيرات السلبية للاتصال

١- جعفر عبد السلام، احمد السايح، مرجع سابق، ص ص ٧٠، ٧١.

* لمزيد من المعلومات راجع الموقع الرسمي لمنظمة السياحة العالمية ، وكذلك يمكن الاطلاع علي كلمة وزير السياحة السيد /منير فخري عبد النور حول استضافة مصر لهذا الحدث ٢٧ سبتمبر ٢٠١١:

<http://wtd.unwto.org/sites/all/files/docpdf/egyptministmessage.pdf>,

accessed: Oct, 2011.

2- Tosun, op.cit, p. 233.

بين السائح والمضيف هو جهل السائح بالخصوصيات الثقافية للمجتمع المضيف وعاداته وتقاليده حيث يضاعف ذلك من الاثر السلبي للسياحة علي قيم وتقاليده مجتمع المقصد^(١)، وبعبارة اخري فانه كلما زاد الفارق الثقافي بين السائح والمضيف كلما زاد سوء الفهم بينهما^(٢) لذا يري Krippendorf 82 ان السياحة ليست دائما وسيلة لاثراء المعرفة حول الثقافات او تحقيق الاحترام المتبادل بينها و انما لها اثار اخري سلبية^(٣)؛ فمن خلال النشاط السياحي تتاثر المجتمعات المضيفة في الدول النامية - ومنها الدول العربية الاسلامية - اكثر من غيرها بسلوكيات السائحين الغربية عن المجتمع مما ينعكس علي منظومة المعتقدات والقيم الاصلية في المجتمع، وتكمن الخطورة وفقا لما بداري ٢٠٠٧ في تحقيق نوع من التجانس والا اختلاف بين المقاصد السياحية بما يضر بالطابع الثقافي الاصيل، ويصنع نماذج مكررة وممسوخة لا تحمل للسائح احساسا بالتغيير.^(٤)

ومن المعروف ان تثرالمضيفين بسلوكيات السائحين غير المتوافقة مع تعليم الدين الاسلامي قد يؤدي الي تهيش الثقافة الدينية لدي المسلمين مما يحو اي دلالات او مميزات لهذه الثقافة يتوقع السائح مشاهدتها في سلوكيات المضيفين بما يشعره بعدم وجود شخصية مميزة للمقصد العربية الاسلامية. وبالتالي الالغاء للترويجي للخصوصية الدينية، لذا فانه من البديهي ان ينجم عن ذلك في كثير من الاحيان بعض الحوادث الارهابية الموجهة ضد السائحين من قبل بعض الجماعات الاسلامية العنيفة، مما يظهر اثره في صورة انخفاض حجم التنفق السياحي لهذه المقاصد، وتصيق الصورة السلبية للمقصد العربية الاسلامية.

١- مها بداري، القدرة التنافسية لاصالة المنتج السياحي المصري في عصر العولمة بالتركيز علي العولمة الثقافية، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، ٢٠٠٧، ص ١١١.

2- Weaver, & Oppermann, op.cit, p. 295.

3- Thyne, M., Lawson, R. & Todd, S., op.cit, P. 201.

٤- مها بداري، مرجع سابق، صفحات متفرقة.

ومن ناحية اخرى وقد اشارت دراسة Besculides, A., Lee M.E., & McCormick, P.J. 2002 ان تنفق اللغات الاجنبية عن طريق السبلحة الدولية الي مجتمعات المقصد قد تؤدي الي فقدان اللغة الوطنية ^(١) بالتدريج، فمن خلال دخول بعض الكلمات الاجنبية في التعامل اليومي بين افراد مجتمعات المقاصد العربية الاسلامية فان النتيجة تصبح تهيمش اللغة العربية مما يؤدي الي اضعاف اهم مكونات هوية المقصد العربية الاسلامية في نظر السائح حيث قد يستل ذلك علي ضعف امكانية اللغة العربية عن استيعاب معاني ودلالات الالفاظ الاجنبية المستخدمة.

ويشير مفهوم الهوية الي ما يتميز به الفرد او المجتمع عن الغير من قيم ومقومات وخصائص ومميزات مما يعني الامتياز عن الغير وخصوصية لذات، وقد اكدت الدراسة ذاتها ان تحديد المفردات التي تشكل الهوية الثقافية يرتبط بمفهوم الثقافة ذاته سواء كانت مفردات مادية او معنوية ^(٢) لذا فقد اشار عبد العزيز التويجري الي ان الثقافة هي روح الامة وعنوان هويتها. ^(٣) ولذا كانت الثقافة هي ذلك الكل المركب من المعارف والمعتقد والفنون والاخلاق واللغة والمبادئ والسلوك، فان اللغة العربية والدين الاسلامي ابرز مفردات الهوية الثقافية للدولة العربية الاسلامية وما ما يميزانها عن الثقافات الاخرى. ^(٤) حيث اشار سالم ليبض الي ان اللغة والدين ينبثق عنهما جميع الافكار والرموز

-
- 1- Besculides, A., Lee M.E., & McCormick, P.J., "Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, Issue, 2, , 2002, PP. 303-319.

* تتكون مفردات الهوية الثقافية المقصد من عدة عناصر مادية و معنوية، وتشتمل المادية في المواقع الحضارية و الاثرية، التراث الطبيعي، التراث العمراني، الادباعات الشعبية المادية، اما العنصر المعنوية فتشتمل في: التراث اللغوي، الادب الفكري، منظومة المعتقدات والقيم الاخلاقية والتوجهات السلوكية للمجتمع المصري، منظومة العادات والتقاليد، لمزيد من المعلومات، راجع: مها بداري، مرجع سابق، ص ١٦٧.

٢- عبد العزيز التويجري، العالم الاسلامي في عصر العولمة، القاهرة : دار الشروق، ٢٠٠٤، ص ص ٤٦ - ٤٧ .

٣- نفس المرجع السابق، ص ١٦٧ .

والعادات والتقاليد والانظمة السيلسية والثقافية في المجتمعت العربية الاسلامية.^(١)

وعليه فان السيلحة الدولية احد اهم اليات العولمة الثقافية خاصة وانها نتيج فرصا للتبادل الثقافي والتفاعل الشخصي بين الافراد بصورة مباشرة، الا انها تحمل ايضا عددا من الجوانب السلبية التي تتعارض مع ابرار اصالة المقاصد السيلحية مما يطمس هويتها؛ ويرجع ذلك الي انها لا تملك من القوة الاقتصادية والسياسية ما تستطيع به الدفاع عن هويتها مما يجعلها عرضة لزوال معالم هويتها الثقافية، خاصة في عصر العولمة، وبعبارة اخري فان السيلحة الدولية تحمل كل ايجابيات وسلبيات العولمة^(٢)، خاصة وانه من المعروف ان المقاصد السيلحية غالبا ما قد تسعى لارضاء رغبات السائحين وتوقعاتهم علي حساب عناصر الهوية الثقافية للمقصد^(٣).

ووفقا لصلاح عبد الوهاب فان الاصالة تعني ان يكون المقصد مختلفا عن موطن السائح بالقدر الذي يسمح بان تقدم له الاستجابة المطلوبة لدوافعه، وان تمثل بالنسبة له مكانا للتغيير مع ضرورة ان تتوفر بها ظروف الراحة والامان^(٤)، وعليه فان عنصر الاختلاف الثقافي هو الذي يربط مفهوم الاصالة والهوية فيما يتعلق بالتميز عن الغير، وذلك وفقا لما تراه مها بداري ٢٠٠٧.

وعلي الرغم من تدرج اهتمام السائحين باصالة المقصد وفقا لدوافع زيارتهم الا انهم يظلون يستشعرون درجة معينة من الاختلاف بين المقصد وغيره، ويرى كيفن ميثان ان الاصالة مفهوم يحمل بعدين اساسيين:

١- سالم لبيض " الهوية : الاسلام، العربية، التونسية"، المستقبل العربي، العدد ٣٦١، مارس ٢٠٠٩، ص ص ٦٧ - ٧٥، و تعتبر هذه الدراسة خلاصة كتاب للمؤلف بالعنوان نفسه.

٢- مها بداري، مرجع سابق، ص ٩٨.

3- Handerson, H.C. , op.cit , PP. 449 - 451.

٤- صلاح عبد الوهاب، التسويق السياحي القومي و التجاري، مرجع سابق، ص ص ١٢١، ١٢٦.

أ- الإصالة المادية: المرتبطة بما يمكن للسائح مشاهدته من عناصر ثقافية ملموسة تخص المقصد كالآثار والمنتجات الحرفية التذكارية والملابس الوطنية وأنواع الطعام، وغيرها لو ما يطلق عليه عناصر الثقافة المادية.

ب- الإصالة المعنوية: وهي المرتبطة بالقيم والمعتقدات وكافة الأنماط السلوكية والفكرية التي تميز المقصد لو ما يسمى عناصر الثقافة غير المادية، وأهمها الدين واللغة. ^(١)

وأخيرا فقله إذا كانت الشريعة الإسلامية تقوم على التسليم بالاختلاف بين الناس في الخلق ^(٢) واعتباره من ضرورات الكون، وتدعو أيضا إلى الاستفادة منه على أساس التكامل بين البشر ^(٣)، فإن ذلك يزيد من أهمية اتخاذ المقاصد العربية الإسلامية الخطوات نحو مزيد من تعزيز التعاون من أجل الحفاظ على أصالة عناصرها الثقافية التي تحقق الاختلاف الذي يجنب السائحين للدوليين. والتي تمثل أيضا في ذاتها السبب الرئيسي في جذب السائحين من العرب والمسلمين اعتمادا على وحدة الدين واللغة.

١- مها بداري، مرجع سابق، ص ١١٨ - ١٢٠ .

* راجع الآيات ١١٨، ١١٩ سورة هود.

٢- جعفر، السليح، مرجع سابق، ص ٨٤.

الخلاصة:

تناول هذا الفصل تحليل العلاقة بين العوامل الثقافية والسياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية من خلال

أولاً: تحليل تأثير اللغة والدين كصوميات ثقافية على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية وتشمل:

أ. تأثير اللغة العربية على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية:

حيث تبين أن اختلاف اللغة بين السائح والمضيف تعد أحد عوائق الاتصال بين السائح والمضيف لذا فإنه غالباً ما يميل السائح إلى زيارة المقصد الذي يتم التحدث فيه بلغة السائح، وعليه فإن اشتراك الدول العربية الإسلامية في لغة واحدة يمثل إحدى فرص تشجيع السياحة البينية بدلاً من زيارة دول أخرى، رغم ذلك فقد اتضح أن اختلاف اللغة في بعض الأحيان قد يمثل دافعاً لإثراء خبرة السائح.

وقد تم أيضاًلقاء الضوء على دور المرشد السياحي كوسيط ثقافي بين السائح والمضيف من خلال إيجائه للغة والتي تمكنه من إظهار الحقائق المتوقعة بثقافة المقصد وتفسيرها تفسيراً صحيحاً وصادقاً مما يؤدي بالسائح لإعادة فهم ثقافة المقصد أو المنطقة التي يقوم بزيارتها بصورة أكثر واقعية بل وإقناع السائح باحترام قيم ومعايير وأساليب تفكير المجتمع المضيف وقبولها دونما إجبار بما يمكنه من التواصل بصورة فعالة مع أفراد ذلك المجتمع ويسهم في تجربة سياحية أصيلة وممتعة.

ب. تأثير الدين الإسلامي على السياحة الدولية في الدول العربية الإسلامية:

حيث تم في البداية التعرف على محددات هذا التأثير وتضمنت:

أولاً: الصورة السلبية للإسلام، وتحليل أسبابها: حيث تبين أن صورة الإسلام لدى الغرب ترتبط بسوء الفهم والاحكام المسبقة والحركات الإسلامية العنيفة بخلاف افتقاد الحوار بين الأديان، وقد اتضح أنه في ظل الصورة السلبية للإسلام، واستمرار أسبابها، فإن النتيجة المتوقعة هي انخفاض حجم التفوق السياحي نسبياً إلى الدول العربية الإسلامية خاصة مع وجود اختلاف ثقافي جوهري بين الحضارتين الغربية والإسلامية وعدم قبول هذا الاختلاف.

ثانياً: ارتباط الدين الإسلامي بالحياة اليومية للمسلمين: حيث تمّ التعرض لمظاهر تأثير الدين الإسلامي على السليحة الدولية في الدول العربية الإسلامية وتمثّلت في قبول الإسلام للسليحة بملامحها المختلفة، وقد تبين أن ما يرفضه الإسلام هو ما يؤثر سلباً على الثقافة والأفراد انطلاقاً من مبدأ لا ضرر ولا ضرار بحيث لا يتجم آثار سلبية للسليحة على عناصر الثقافة المحلية والذي يقي بصورة أساسية من خلال احترام السائحين لثقافة السكان المحليين، وهذا الاحترام من الممكن أن يلعب دوراً كبيراً في تحقيق التفاهم والتعاون بين المقاصد العربية الإسلامية، وغيرها بحيث يعود السائح باتجاه إيجابي نحو المجتمع المضيف وثقافته. كذلك تمّ استعراض أثر الأسلام على العلاقة بين السائح والمضيف في المقاصد العربية الإسلامية واتضح أن الإسلام لا يرفض السليحة، وإنما يشجعها كما تبين لاختلاف رؤية الدول العربية الإسلامية في قبول تملط معينة من السليحة في مقابل رفض تملط أخرى، كما تمّ استعراض دور الإسلام في النشاط السياحي.

تبين أيضاً أن السليحة قد تحصل أيضاً آثاراً سلبية على منظومة المعتقدات والقيم الأصيلة في حال عدم احترام السائح لثقافة هذه المقاصد، مما ينعكس على زوال معالم الهوية الثقافية لها، خاصة في عصر العولمة لذا فقد تناول الفصل أيضاً أثر السليحة الدولية على الهوية الثقافية للدول العربية الإسلامية في ظل العولمة وقد تبين أن الدول انامية -ومنها دول العربية الإسلامية، لا تملك من قوة الاقتصادية والسياسية ما تستطيع به الدفاع عن هويتها وبعبارة أخرى فقد تبين أن السليحة الدولية تحمل كل إيجابيات وسلبيات العولمة خاصة وأنه من المعروف أن المقاصد السياحية غالباً ما قد تسعى إلى إرضاء رغبات السائحين وتوقعاتهم على حساب عناصر الهوية الثقافية للمقصد من خلال دخول بعض الكلمات الأجنبية في التعامل اليومي بين أفراد مجتمعات المقصد بالإضافة إلى تآثر المضيفين بسلوكيات السائحين غير المتوافقة مع تعاليم الدين الإسلامي مما ينعكس في صورة تحقيق نوع من التجانس والاختلاف بين المقاصد السياحية ويضر بالاطلاع الثقافي الأصيل بما لا يحمل للسائح احساساً بالتغيير.

الفصل الخامس

محددات القدرة التنافسية

للمقاصد العربية الاسلامية

الفصل الخامس

محددات القدرة التنافسية للمقاصد العربية الإسلامية

مقدمة:

أصبح التعرف علي الموقف التنافسي للمقصد بين المقاصد المختلفة الوسيلة التي يمكن من خلالها إبراز نقاط قوته في ظل المنافسة الدولية؛ لذلك فإن الموقف التنافسي للمقصد السياحي يعد من أهم العوامل المحددة لنصيبه النسبي من الإيرادات السياحية الدولية.

ويسعي هذا الفصل الي التعرف علي محددات القدرة التنافسية لصناعة السياحة في المقاصد العربية الإسلامية من خلال معرفة نقاط القوة والضعف التي تنسم بها هذه المقاصد، وتحديد المزايا التنافسية لها بما يتيح للقائمين علي التنمية السياحية الاستخدام الأمثل للفرص المتاحة لوضع الاستراتيجيات المؤهلة من أجل إقامة مركز تنافسي مميز لهذه المقاصد داخل السوق السياحية الدولية فضلا عن تعظيم الآثار الاقتصادية المحققة من السياحة الدولية بصورة مستدامة.

تمهيد:

مما لا شك فيه ان البقاء طويل المدي للمقاصد السياحية في ظل ظروف المنافسة المتزايدة في السوق الدولية يعتمد علي مركزها بين المقاصد المنافسة؛ لذلك يسعي هذا الفصل الي لقاء الضوء علي العوامل المحددة للقدرة التنافسية للمقاصد العربية الإسلامية من خلال تحديد مفهوم تنافسية المقاصد **Destination competitiveness** واسباب عدم وضوحه كخطوة أولي نحو التعرف علي محددات القدرة التنافسية للمقاصد السياحية، ثم استعراض عدد من المساهمات الرائدة في هذا المجال، وأخيرا يتم تناول محددات القدرة التنافسية للمقاصد العربية الإسلامية.

أولاً: مفهوم تنافسية المقاصد واسباب عدم وضوحه:

من الضروري في البداية الإشارة الي صعوبة تحديد مفهوم تنافسية المقاصد السياحية؛ ويمكن أرجاع تلك الصعوبة الي سببين رئيسيين يتم إيضاحهما كما يلي.

٤. تعدد مداخل البحث في تنافسية المقاصد:

اشار Dwyer, L. & Kim, C. 2003 الي ثلاثة مداخل، تم من خلالها تناول مفهوم تنافسية المقاصد السياحية:

١. مدخل الادارة والمدخل الاستراتيجي

strategy and management perspective:

ويتعلق الامر هنا بالربط بين اماكن تحقيق المقصد مركز تنافسي مميز في السوق الدولية، وتنافسية المؤسسات السياحية المتواجدة بالمقصد Firm-specific factors سواء اكانت حكومية، او خاصة public- and private-sector .

وقد اشارت دراسة Dwyer, L. & Kim, C. 2003 الي الارتباط الوثيق بين اماكن تحقيق المؤسسات السياحية ميزة تنافسية وبين اماكن تحقيق ميزة تنافسية للمقصد. وقد اكدت دراسة Szivas (1999) ذلك عندما اشارت الي ان العنصر الماهر بالمؤسسة يمكنها ان تسهم في تحقيق ميزة تنافسية ليس فقط للمؤسسة وانما للمقصد ككل^(١).

لذا تسعى المؤسسات السياحية الي تحقيق ميزة تنافسية من خلال الاستغلال الامثل لمواردها واصولها البشرية human (مثل مهارات العاملين)، وغير البشرية non-human (مثل راس المال) بخلاف تطوير اساليب العمل بالمؤسسة.^(٢)

٢. مدخل تنافسية السعر:

من المعروف ما للسعر من تأثير علي الطلب السياحي الدولي حيث توجد علاقة عكسية بين السعر، والكمية المطلوبة من السلع

1- Gruescu, R., Nanu R. & Pirvu, G., "destination competitiveness: a framework for future research", *Entelequia. Revista Interdisciplinar*, n° 9, primavera 2009, P. 200.

(<http://www.eumed.net/entelequia/pdf/2009/e09a10.pdf>),
accessed : Jan., 2011.

2- Dwyer, L. & Kim, C., " Destination Competitiveness: Determinants and Indicators", *Current Issues in Tourism*, Vol. 6, No 5, 2003, P.373.

والخدمات حيث انه كلما انخفض سعر السلعة او الخدمة كلما زادت الكمية المطلوبة منها؛ لذا يفضل السائح زيارة المقاصد التي يقل فيها انفاقه علي رحلته نسبيا.^(١)

وعليه فان الاسعار تعد من اهم العوامل المحددة للقدرة التنافسية للمقاصد المختلفة حتي ان دراسة Dwyer, L. , Forsyth, P. & Rao, P. 2000 اشارت الي ان تنافسية المقصد تتحدد بعوامل سعرية، واخرى غير سعرية. price and non-price factors. كما قامت نفس الدراسة بتعريف التنافسية بانها "مفهوم عام يتضمن تمييزا سعريا مرتبطا بسعر الصرف، ومستويات انتاجية من مكونات متنوعة من صناعة السياحة، وعوامل كيفية اخرى تؤثر علي جاذبية المقصد".^(٢)

يري ايضا Vengesai, S. 2003 ان السعر يعد من اهم محددات التمييز بين المقاصد المتنافسة destination price differential^(٣)؛ ولذلك فانه من اجل تحقيق ميزة تنافسية لا بد من تقديم ميزة سعرية للمستهلك، او خدمات ومزايا اضافية تبرر تقديمها بأسعار مرتفعة مثلما اكد علي ذلك Porter 1980.^(٤)

وهناك جوانب متعددة يمكن من خلالها تناول مسألة تاثير الاسعار في تحديد تنافسية المقصد اهمها اسعار او تكلفة الخدمات السياحية،

-
- 1- Azzoni, C.R. & De Menezes, T.A. (2009) , " Cost competitiveness of international destinations" , *Annals of Tourism Research* 36, 2009 , P.719.
 - 2- Dwyer, L., Forsyth, P. and Rao, P. , " The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations" , *Tourism Management* , Vol., 21 , no. 1, 2000, p.21..
 - 3- engesai, S, "A Conceptual Model of tourism destination competitiveness and attractiveness" *ANZMAC 2003 Conference Proceedings Adelaide 1-3 December 2003*, p.643.
 - 4- Lee, C.F., & King, B., "Assessing Destination Competitiveness: An Application to the Hot Springs Tourism Sector ", *Tourism and Hospitality Planning and Development*, Vol. 3 , no.3. p.13.
(<http://eprints.vu.edu.au/2039>) , accessed : : Jan 2011.

واسعار الصرف والتغيرات فيها بين البلد الاصلي للسائح وبين المقصد السياحي.

لذلك فقد اشار Azzoni,C.R.& De Menezes,T.A.(2009) الى ان تكلفة الخدمات السياحية المقدمة تمثل احد العوامل الهامة في تحديد تنافسية المقصد سواء تلك المتعلقة بتكلفة السفر من والى المقصد؛ او باسعار الخدمات التي يحصل عليها السائح داخل المقصد **ground costs** ^(١) مثل الخدمات المتعلقة بالبنية الاساسية، والنقل الداخلي، وخدمات الإقامة، والاعذية والمشروبات، والترفيه، وتناثر تكاليف هذه الخدمات ببعض السياسات الحكومية خاصة تلك المتعلقة بالضرائب التي تفرض عليها تنعكس في صورة ارتفاع اسعارها^(٢)؛ لذا اشار Buhalis , D. 2000 الى ان السياسات الاقتصادية التي تمارس داخل المقصد، والظروف الاقتصادية للسوق الدولية تنعكس بالضرورة على مسألة تسعير السلع والخدمات السياحية في المقصد^(٣)؛ وقد ظهر ذلك بوضوح في السياسات السعرية التي اتخذتها المقاصد المختلفة جراء الازمة المالية العالمية ٢٠٠٨ ^(٤).

اما بالنسبة لاسعار الصرف فقد اشارت جليلة حسنين ١٩٩٤ الى ان تأثيره ينعكس اما على مستوي الطلب السياحي الدولي (كمتغير مستقل)، او من خلال تأثيره على سعر الرحلة السياحية، او على الاسعار النسبية بين البلد الاصلي للسائح والبلد المضيف. حيث انه كلما انخفض سعر العملة الوطنية للمقصد السياحي امام العملات الاخرى وخصوصا عملة بلد السائح كلما زادت الكمية المطلوبة التي يشتريها السائح من السلع والخدمات السياحية التي يقدمها المقصد^(٥).

* تستبعد من هذه التكاليف تكلفة السفر بالنقل الجوي.

1- Azzoni,C.R.& De Menezes,T.A,op.cit, pp. 719-720.

2- Buhalis , D, op.cit, D., " Marketing the competitive destination of the future", *Tourism Management*, Vol. 21, No. 1, 2000, p. 110

** راجع الفصل الاول.

٣- جليلة حسنين، الطلب السياحي الدولي والتنمية السياحية في مصر، مرجع سابق،

ص. ٧٥

واخيرا فقد اشارت دراسة Vengesayi, S. 2003 الي ان هناك بعض العوامل الاخرى التي تؤثر علي التنافسية السعرية للمقاصد المختلفة مثل ظاهرة الموسمية⁽¹⁾ حيث غالبا ما تنخفض الاسعار في موسم الكساد او الازمات السياحية، وترتفع في موسم الرواج السياحي وهنا فان العبرة في تحقيق المقصد مركز تنافسي في هذه الظروف ترتبط بحكمة السياسات السعرية فعلي سبيل المثال فان الرؤية التي تم الاتفاق عليها من اجل مواجهة الازمة المالية العالمية كانت تضع في اعتبارها في مصر تقديم عروض مغرية وليس تخفيض الاسعار بصورة تؤدي الي الاضرار بالمنتج السياحي المصري.

وعليه فان السعر يكتسب قيمته كاحد محددات القدرة التنافسية من خلال ادراك السائح للقيمة التي يعبر عنها السعر عبر ما تحمله الخدمة المقدمة من جودة.

٢- مدخل ثقافي - اجتماعي - تاريخي^(٢):

ويرتبط بقدرة المقصد علي منح زائريه تجربة سيلحية عالية الجودة بالمقارنة بالمنافسين من خلال ما لديه من عناصر جنب متنوعة ثقافية، اجتماعية وتاريخية تمثل مزايا نسبية، وذلك عبر قدرة القيمين علي تخطيط هذه الموارد بما يعظم قيمتها ويجعل منها مزايا تنافسية للمقصد.

ولذا فقد اشارت دراسة Ritchie and Crouch 2000 ان عدم توافر الكثير من الامكانيات لدي المقصد قد يكون فرصة لاستخدام اسلوب اكثر كفاءة في ادارة تكاليف تسويق المقصد cost-efficient من خلال التركيز علي اهداف تسويقية اكثر تحديدا، ولذلك فان دراسة Gomezelj and Mihalic, 2008 اكدت ان اي ميزة نسبية او اية عناصر جنب لدي المقصد من الممكن فقدانها اذا لم تتم ادارتها بصورة ملائمة^(٣).

1- Vengesayi, S. , op.cit, p. 643.

2- Dwyer, L. & Kim, C., op.cit, P. 371.

3- Gomezelj, D.O., Mihalic, T., "Destination competitiveness—Applying different models the case of Slovenia", *Tourism Management*, Vol. 29, issue.2, 2008, pp. 295-296.

ويشار دائما الى العلاقة الوثيقة بين مفهومى جاذبية المقصد، وتنافسية المقصد حيث يرى Vengesai, S. ان فكرة الجاذبية تتعلق بالدراسات الساتح لما يتمتع به المقصد من خصائص فريدة Attributes طبيعية، اومصنوعة بما يجعله يعتقد في قدرته علي ارضاء احتياجاته، وبالتالي يصبح في اولويات اختياراته من بين عدد من البدائل اي ان هذا المفهوم يعني بجانب الطلب.

اما تنافسية المقصد فتتعلق بجانب العرض من حيث تحليل ومقارنة الخصائص الفريدة للمقصد بالمنافسين في اطار تخطيطها بما يسمح للسائح بالحصول علي تجربة سياحية مميزة عما يقدم المنافسون وبما يحول المزايا النسبية comparative advantages الي مزايا تنافسية competitive advantage للمقصد في السوق الدولية، وفي نفس الوقت استدامة تحقيق الرفاهة الاقتصادية للسكان المحليين^(١)، مما يؤكد تعريف التنافسية لكل من Buhalis 2000 & Chen and Uysal (2002) بانها "جهد، وانجاز المقصد من اجل تحقيق الربحية طويلة المدى".

وعليه فان عملية تحليل مواطن الضعف والقوة تعد من اهم الخطوات نحو تحديد مكانة المزايا التنافسية^(٢)؛ لذا فانه من المطلوب تاسيس اطار عن الافضليات بالنسبة للمتنافسين في صفات معينة.

وقد ذكر Kotler وآخرون ٢٠٠٦ ان تحديد مكانة المزايا التنافسية positioning: يتم من خلال اختيار المزايا التنافسية الصحيحة (خاصة المزايا الفريدة)، ثم الاتصال الفعال لتوصيل المكانة المختارة للقطاعات السوقية المستهدفة.^(٣)

لذا فان النجاح طويل المدى للمقصد السيلحي يكمن في تقديم مزايا محددة تمكن السائح من اختيار المقصد من اجلها بما يضمن رضا السائح

1- Vengesai, S. , op.cit, 638-639

* هذا ما سوف يتم تناوله في هذا الفصل.
٢- داليا زكي، الوعي السيلحي والتنمية السيلحية، نفس المرجع السابق، ص ٨٥، ٨٦.

عن المنتج السياحي كأساس لما لاعادة زيارة المقصد والترويج له من خلال الكلمة المنطوقة الإيجابية ^(١) positive word of mouth

ويخلاف المدخل الثلاثة السابقة هناك مدخل آخر هو مدخل الاستمثار الاجنبي المباشر والذي يهتم بالعوامل المحددة لمناخ الاستمثار ^(٢) كمعايير موضوعية يمكن علي اساسها المقارنة بين المقاصد المختلفة بما يسهم بصورة اكبر في تحديد المزايا التنافسية للمقصد السياحي لراء منافسيه. ^(٣)

ب: طبيعة المقصد السياحي نفسه:

يقدم المقصد السياحي لزاثيره منتجاً سياحياً معقداً متعدد المصدر يؤثر كل منها في تجربة السائح، وهذا التنوع في مصدر تجربة السائح يخلق تجربة فريدة ومميزة لكل سائح علي حدة مما يمثل صعوبة في ادارة المنتج الذي يقدمه المقصد للسائح بصورة تحقق له مركزاً تنافسياً مميزاً في اذهان السائحين. كذلك فإن نتيجة الطبيعة المركزية للمنتج الذي قيمه المقصد لزاثيره فتاه من الطبيعي الا يوجد اتفاق في اهداف المؤسسات المختلفة المسؤولة عن تقديم هذا المنتج مما يعدد مفاهيم واهداف التنافسية لدي كل منها مثل هدف تحقيق الربح الذي يسعى اليه القطاع الخاص وبين اهداف تحقيق بعض الفوائد البيئية والاجتماعية والتي تعد مسؤولة مؤسسات القطاع العام خاصة ان شرط الحفاظ علي المركز التنافسي للمقصد في السوق الدولية بالمقارنة بالنسبة للمنافسين تتوقف علي قدرته علي ادارة الموارد بما يسهم في خلق للقيمة المضافة للمنتج السياحي مع العمل علي استدامة موارده والاحتفاظ به للأجيال القادمة. ^(٤)

-
- 1- Zaki, D., "Egypt Competitive Advantage: Introducing attribute Importance and Performance", **Proceedings of the 26th EuroCHRIE Conference, Dubai, 11-14 October 2008.**

* مثل توفر البنية الاساسية، الموارد البشرية، تنافسية الاسعار، التكنولوجيا، الانفتاح للسياحة.

- 2- Gursoy, D., Baloglu, s. & chi, C.G, " Destination competitiveness of middle eastern countries: an examination of relative positioning", *Anatolia*, Vol. 20, No.1 , 2009 pp. 154 , 155.
- 3-Crouch , G.I., " Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes", *Journal of Travel Research* , published online 19 March 2010, p. 1

وبناء علي ما تم استعراضه من صعوبة تحديد لمفهوم التنافسية واسباب ذلك فقد كان من الصعب وجود تعريف محدد ومتكامل للتنافسية المقاصد حتي مع وجود بعض المحاولات لتحديد مفهومها حيث عرفها Ritchie & Crouch 2000 , حيث اشار الي ان تنافسية المقصد هي " قدرة المقصد علي خلق قيمة مضافة وزيادة الثروة القومية من خلال ادارة الموارد والعمليات، الجاذبية ولتقارب الجغرافي ثم بتكامل هذه العلاقات معا في نموذج اقتصادي/ اجتماعي يأخذ في اعتباره راس المال الطبيعي للمقصد والاحتفاظ به من اجل الاجيال القادمة".^(١)

كما عرفها Dwyer, Forsyth Z& rao 2000 علي انها " مفهوم عام يتضمن تمييزا سعريا وسعر صرف مناسب ومستويات فنتاجية لمكونات صناعة السياحة المختلفة وعوامل كيفية تؤثر جميعا في جاذبية المقصد". كما عرفها ايضا Hassan 2000 علي انها " قدرة المقصد علي خلق وتكامل منتجات ذات قيمة مضافة تؤدي الي استدامة موارده والاحتفاظ بمكانته النسبية في السوق بين المنافسين".^(٢)

كما عرفها (2002), Chen and Uysal; Buhalis 2000 علي انها مجهود وانجاز لربحية طويلة المدى^(٣)

وبناء علي كل ما تقدم يمكن اقتراح تعريف تنافسية المقصد علي انها " اماكن المقصد تحديد مكانة مميزة لنفسه في ذهن السائح المحتمل، و بما يمنح السائح الحالي تجربة سياحية ترضي توقعاته واحتياجاته من خلال الاستغلال الامثل لما لديه من مزايا فريدة طبيعية او مصنوعة وتحويلها لمزايا تنافسية او تقديم ميزة سعرية تقابل ما يتلقاه السائح من خدمة بما يمكن المقصد من البقاء طويل المدى فسي السوق السياحية الدولية"

بناء علي ما تم عرضه يتضح ان تنوع مداخل تحديد مفهوم تنافسية المقاصد، بخلاف الطبيعة المركبة للمنتج السياحي الذي يقدمه

1- Gomezelj, D.O., Mihalic, T., op.cit, p. 295.

2- Dwyer, L. & Kim, C., op.cit

3- Zaki, D., Op.cit.

المقصد لثرائيه هو السبب الرئيسي في تنوع اسهامات الباحثين في وضع تصوراتهم حول محددات القدرة التنافسية للمقاصد السياحية، وهذا ما سوف يتم القاء الضوء عليه كما يلي.

ثانيا : محددات القدرة التنافسية للمقاصد السياحية وفقا لاسهامات الباحثين:

قام عدد من الباحثين بتناول محددات للقدرة التنافسية للمقاصد السياحية من خلال قيامهم بتصميم نماذج توضح هذه المحددات، ولذلك سوف يتم استعراض اهم هذه الاسهامات مع وضع بعض الملاحظات حولها.

١. نموذج (2002) Heath:

اولا : يتضمن النموذج مجموعة من العوامل تمثل محددات القدرة التنافسية للمقاصد

وهي:

١. الاسس foundations وهي تشمل:

- ١- عناصر الجذب الاساسية key attractors (مثل الثقافة، التاريخ، الاحداث الخاصة، الترفيه)
- ٢- مرنكزات لاغني عنها fundamental non - negotiables مثل الامن الشخصي والرعاية للصحة.
- ٣- عناصر تمكين enablers مثل البنية الاساسية.
- ٤- عوامل معززة value adders مثل موقع للمقصد - والتكلفة المناسبة value for money
- ٥- تسهيلات facilitators مثل الإقامة وخطوط الطيران.
- ٦- عوامل لثراء للتجربة experience enhancers مثل كرم الضيافة والتجارب الاصلية.

٢. عوامل داعمة the cement:

الاتصالات، المعلومات والبحوث، شركاء الصناعة stakeholders، لشراكة والاتحادات.

٣. عوامل ضرورية لا مكان جنوب السياحة داخل المقصد building blocks وتشمل
اطار وسياسة للتنمية المستدامة علي اساس بعيد المدى (الاطار التشريعي-
الاطار المؤسسي والمالي - مناخ الاستثمار)

د محركات نجاح اساسية the roof وهي تضم الموارد البشرية people، والارادة السياسية - والتركيز علي المجتمع المحلي.^(١)

٢. نموذج 2003 Dwyer & Kim، 2004 Dwyer et al

اولاً: مكونات النموذج:

يتكون هذا النموذج من عنصرين اساسيين يمثلان محددات القدرة التنافسية للمقاصد السياحية وهما:

١- الموارد Resources: وتمثل عناصر المنتج السياحي المقدم من المقصد للسائحين:

أ- موارد موروثية (موارد طبيعية مثل المناخ، الفلورا والفاونا، المناظر الطبيعية، وموارد تراثية مثل ثقافة المقصد وتاريخه، المطبخ، الفنون والموسيقى، والمتاحف المنتجات الحرفية، العادات والتقاليد، الملامح المعمارية).

ب- الموارد المصنوعة وتضم مؤسسات الاقامة والمطاعم، وبعض الانشطة المنظمة مثل الاحداث الخاصة، والتسوق والترفيه).

ج- موارد اوخدمات مساندة (البنية الاساسية العامة، وسهولة الوصول للمقصد لما عن طريق توافر وسائل النقل اوسهولة اجراءات الدخول وتوفر الفيزا والخدمات الصحية، بالاضافة الي جودة الخدمات، واتجاهات السكان المحليين نحو السائحين- والاتصالات التسويقية مع الاسواق المشتركة مع المقصد في اللغة والدين، والثقافة، والعرق.

ويشير النموذج الي وجود ارتباط وثيق بين الموارد (الموروثية والمصنوعة) وبين الموارد اوالخدمات المساندة حيث تمثل الاخيرة قيمة مضافة للمنتج السياحي الذي يوفره المقصد حيث يعد وجود الموارد الطبيعية والثقافية غير كاف وحده من اجل تشجيع الزيارات في حال غياب الخدمات المساندة التي تسهم في تمكين السائح من الزيارة وتسهيلها.

1- Crouch, G.I, op.cit 2010, p.3.

Dawyer & kim 2003 , op.cit , pp 376- 377

راجع ايضا .

٢- إدارة المقصد Destination management:

حدد النموذج مسئولية القطاعين العام والخاص في إدارة المقصد، وتتمثل مهام إدارة المقصد في مسئوليات التخطيط سواء للموارد البشرية اوغير البشرية، التسويق، تنسيق اهداف المؤسسات السياحية المختلفة في اطار استراتيجية التنمية السياحية.

كما تتعلق إدارة المقصد بوجود المعلومات وادارتها واستخدام القوي التكنولوجية خاصة الانترنت بصورة فعالة لفهم احتياجات السائحين.

كما يتطلب ذلك النموذج بيئة عمل اقتصادية وقانونية تنافسية competitive environment تنسم بالشفافية بين المؤسسات سواء داخل المقصد اودوليا globally، بالإضافة الي ضرورة وجود دعم حكومي للقطاع السياحي من الدولة، كما لا يمكن للمقصد ان يتجاهل اهمية كل من تنافسية السعر، وتوفير الامن والامان للزائر .

ويلاحظ وجود علاقة تبادلية وثيقة بين عنصري تكوين النموذج؛ حيث تعتمد الزيارة الفعلية علي اماكن تحقيق التوافق بين تفضيلات السائح، وادراكه لمكونات المنتج السياحي الذي يوفره مما تؤثر في انماط تنمية الموارد وفقاً لهذه التفضيلات.

ثانياً: اشار النموذج الي عدد من العوامل المؤثرة علي تنافسية المقاصد وترتبط بالعنصرين السابقين تؤثر فيها وتتأثر بها:

أ- العوامل الموقفية: تشمل الاحداث والقوي خارج المقصد، والتي لا يستطيع التحكم فيها ومن الممكن ان تسهم اما في زيادة امكانية المقصد نحو تحقيق مركز تنافسي مميز اواعاقة ذلك.

ب- ظروف الطلب ويشمل:

١- وعي السائحين بالمقصد: ويتعلق الامر بالأنشطة التسويقية للمقصد.

٢- **الامراك والتفضيلات:** ويتأثر الإدراك بالصورة السياحية القائمة The image ومن ثم التأثير علي اماكن زيارته شريطة ادارتها بأسلوب جيد من خلال تحديد مكانة المزايا التنافسية Positioning واختيار علامة تجارية للصورة السياحية Branding^(١).

1- Dwyer, L. & Kim, C., OP.CIT, 2003.

٢. نموذج Mazanec, Wöber and Zins ٢٠٠٧

قام هذا النموذج علي اساس كل من دراسة Gooroochurn and Sugiyarto (2005)، وايضا الاسهام الذي قامت به WTTC لوضع محددات لتنافسية المقاصد السياحية مثل التراث والثقافة (عدد مواقع التراث العالمي كما حددها اليونسكو، البنية الاساسية، تسهيلات الاتصال، الانفتاح نحو السياحة، تنافسية الاسعار خاصة اسعار الفنادق، بعض العوامل المتعلقة بالموارد البشرية مثل متوسط دخل الفرد الحقيقي،نسبة التعليم، وبعض العوامل البيئية^(١))

٣. نموذج Gomezelj, D'O. Mihalic T. 2008

يقوم هذا النموذج علي اساس نموذج (Dwyer et al. (2003)^(٢) الا انه لا يربط بين محددات القدرة التنافسية للمقصد السياحي، وبين مؤشرات الرفاهة الاقتصادية كما في النموذج الاساسي^(٣)، والتي تمثلت في بعض المتغيرات الاقتصادية الكلية مثل الزيادة المحققة في معدلات النمو الاقتصادي، دخل الفرد الحقيقي^(٤).

٤. نموذج Crouch , G.I, 2010

يقوم هذا النموذج علي اساس فكرة المقصد علي تحويل المزيا النسبية لمزايا تنافسية، وشار الي ان محددات تنافسية المقاصد تتأثر بنوعين من العوامل هي القوي الدولية كالحوائث الارهابية وظروف الاقتصاد الدولي والاتجاهات الثقافية والديموجرافية، والقوي لوالعوامل الداخلية والتي تؤثر علي كل اداء وظائف النظام السياحي داخل المقاصد وهي تنقسم الي:

١- محددات مؤهلة : الموقع- الامن والامان، الوعي / الصورة السياحية، وكذا الطاقة الاستيعابية.

1- Mazanec, J.A., Wober, K. & Zins , A.H., " Tourism Destination Competitiveness: From Definition to Explanation?", *Journal of Travel Research* , Vol. 46, August, 2007, pp. 86-95.

2- Gomezelj, D.O., Mihalic ,T., op.cit, p.297-298

3- Ibid, p. 296.

4- Dwyer & kim, p. 380.

5 - Crouch, G.I., "op.cit, p 3-4.

- ٢- سياسة تخطيط وتنمية المقصد وتشمل : الرؤية الاستراتيجية والفلسفة التي يتبناها النظام السياحي لتنمية وتخطيط السياحة الدولية وتحديد مكانة لمزايا التنافسية والعلامة التجارية للمقصد.
- ٣- ادارة المقصد : تتعلق بصورة رئيسية بالتسويق، ادارة الازمات، ادارة الموارد البشرية - ادارة لزاثر وحماية الموارد.
- ٤- الموارد الاساسية وعناصر جذب بخلاف البنية الفوقية.
- ٥- عوامل وموارد مساندة وتتعلق بالبنية الاساسية، وامكان الوصول للمقصد بخلاف كرم الضيافة والارادة السياسية لتنمية السياحة.
- ٦- دليل تنافسية السفر والسياحة Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI):^(١)

في عام ٢٠٠٧ اطلق المنتدى الاقتصادي العالمي World Economic Forum (WEF) دليلا لتنافسية السفر والسياحة Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI)^(٢)، والذي قام بتغطية ٢٤ ادولة حول العالم^(٣). وقد استهدف الدليل المساهمة في فهم افضل لاسباب

1-World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009;,
(https://members.weforum.org/pdf/TTCR09/TTCR09_FullReport.pdf)
, accessed: Dec., 2010.

* كان هناك اسهام بعض الهيئات مثل World Travel and Tourism Council (WTTC) والتي قسمها (Gooroochurn and Sugiyarto (2005) الى عدد من المؤشرات تتعلق بعدة جوانب منها السعر، الآثار الاقتصادية والاجتماعية، التكنولوجيا، الموارد البشرية، البنية الاساسية، الانفتاح، والتنمية الاجتماعية، وذلك في تقييم تنافسية ٩٣ دولة في العالم وكانت البداية لوضع نموذج اكثر شمولاً، وتفصيلاً لمحددات تنافسية المقاصد استناداً للنموذجي WTTC and (Gooroochurn and Sugiyarto (2005)، وهو يقوم علي عدد من العوامل الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، والتكنولوجية، والبيئية وبخلاف اسهامات الباحثين، ودليل تنافسية السفر السابق ذكرها خاصة اسهام WTTC والذي لم يوضح المقصود بالمؤشرات التي تناولها بشكل مفصل، لمزيد من المعلومات راجع :

- Mazanec, J.A, Wober, K. & Zins , A.H.,...,op.cit, pp. 87,88.

** تم اصدار هذا الدليل بالتعاون بين الايئات، وUNWTO، وWTTC، كما تم جمع البيانات من مصادر متعددة مثل الايئات، والاكاو، وUNWTO، وunesco wtcc

نمو نشاط السياحة والسفر في بعض الدول وتراجعها في دول أخرى، ويقاس هذا الدليل العوامل والسياسات التي تصنع تنمية سياحية في الدول المختلفة، وهوفيد أيضا في التعرف علي تحديد المركز التنافسي للمقاصد المختلفة في السوق الدولية وكيف يتغير من عام لآخر واسباب هذا التغير وما هي نقاط قوة الدولة وضعفها في مجال المنافسة السياحية الدولية.

ويتميز هذا الدليل انه يتكون من اربع عشرة فقرة لاساسية للتنافسية السفر والسياحة مفصلة وموضحة بعدد من المحددات الفرعية الواضحة نسبيا وهي:

١- قواعد وتنظيمات السياسة السياحية: وتبواهمية هذا العنصر في توضيح الدور الذي تلعبه الحكومة في دعم القطاع السياحي اواعقته من خلال السياسات التي تقوم بوضعها فيما يتعلق بقواعد انتشار الملكية الاجنبية، اثر قواعد الاعمال علي الاستثمار الاجنبي المباشر، حقوق الملكية، متطلبات الفيزا، اتفاقيات خدمات النقل الجوي للشاتية، المدة المطلوبة لبدء الاعمال، تكلفة بدء الاعمال، بالاضافة الي شفافية السياسات الحكومية، وقد اضيف الي تقرير عام ٢٠١١ بند يعرف باسم اتفاقيات الجانس يتعلق بمدى السهولة في التوافق مع قواعد تحرير تجارة الخدمات السياحية.

٢- الاستدامة البيئية: ويعد هذا العنصر شديد الاهمية في تحقيق ميزة تنافسية للمقصد؛ اذ انه يضمن ان تستمر جاذبية المقصد في عيون السائحين في المستقبل علي المدى البعيد، ويتعلق الامر هنا بضرورة التاكيد علي صرامة القواعد البيئية، الالتزام بهذه القواعد، استدامة التنمية السياحية، والاتفاقات البيئية، بالاضافة الي بعض العناصر الاخرى.^(*)

٣- الامن والامان : ويعد من لكثر العناصر اهمية في تحديد تنافسية المقصد، حيث نقل جاذبية المقصد في عيون السائحين حينما يشتهر بالحوادث الارهابية، اوتنتشر فيه الجرائم خاصة اذا كانت موجهة ضد السائحين، وقد وضع الدليل في اعتباره هنا المسائل المتعلقة بتكاليف

* يتعلق الامر هنا ببعض العناصر مثل انبعاث ثاني اكسيد الكربون، تركيزات مواد معينة، اصناف الاحياء المهددة بالانقراض.

مكافحة الارهاب، مدي كفاءة الاعتماد علي خدمات الشرطة، تكاليف مكافحة الجريمة واعمال العنف، حوادث الطرق وكلها عوامل تتعلق بامن وامان المقصد وتؤثر فيه.

٤- الصحة العامة: ويعد هذا العنصر من الاهمية في توفير الراحة للمسافرين والاطمئنان علي صحتهم اثناء الرحلة، حيث انه لابد ان تتوفر للقطاع الصحي في الدولة القدرة علي ضمان ذلك للسائحين، ويقاس ذلك بمدي توافر الاطباء، اسرة المستشفيات، بالاضافة الي امكان منع نقشي الامراض والوصول للخدمات الصحية، ومياه شرب نقية.

٥- اولوية السفر والسياحة : ويمكن لهذا العنصر تحقيق ميزة تنافسية للمقصد من خلال وضع الحكومة للسياسة والسفر كاحد اولويات التنمية، سواء بزيادة حجم اتفاق الحكومة علي السفر والسياحة، او، فعالية التسويق، بالاضافة الي حجم التواجد في معارض السياحة والسفر. وفي عام ٢٠١١ تم استبدال المعارض السياحية ببند يعرف باسم فعالية التسويق والترويج، كما اضيف بندان هما شمولية بيانات السياحة والسفر السنوية، وسرعة ائاحة بيانات شهرية.

٦- البنية الاساسية للنقل الجوي: ويضمن هذا العنصر تسهيل الوصول للمقصد بل والانتقال بين اكثر من مقصد ويتطلب ذلك جودة البنية الاساسية للنقل الجوي، توافر المقاعد المتاحة للسفر الدولي، وكذلك المقاعد المتاحة للسفر الداخلي، كثافة المطارات، عدد خطوط الطيران العاملة، شبكة النقل الجوي الدولية، عدد الرحلات المغادرة لكل ١٠٠٠ نسمة.

٧- البنية الاساسية للنقل البري، وتكمن اهميتها في تسهيل انتقالات السائح داخل المقصد وتتضمن كلا من الكثافة والجودة في الطرق، البنية الاساسية للسكك الحديدية، البنية الاساسية للموانيء.

٨- البنية الاساسية السياحية : ويتطلب توافر عدد كاف من الغرف الفندقية، مدي تواجد شركات اجار سيارات، خدمات الفيزا كارد ATM.

٩- البنية الاساسية لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وتبرز اهمية هذا العنصر في عصر المعلومات في التخطيط لبرنامج الرحلة، بيع الرحلات والغرف الفندقية ويقاس مدي تأثير هذا العنصر علي تنافسية المقصد من

خلال حجم استخدام شبكة الانترنت في الاعمال، عدد مستخدمي الانترنت وخطوط التليفون، عدد مشتركى الانترنت، والتليفون المحمول.

١٠- تنافسية الاسعار في صناعة السياحة والسفر تعد الاسعار من اهم عناصر ابراز القدرة التنافسية للمقصد حيث ان انخفاض تكلفة الرحلة يزيد من جاذبية زيارة المقصد لدى السائح ويقاس ذلك بحجم الضرائب علي تذاكر السفر ورسوم المطارات، تعادلية القوة الشرائية^(٤)، ومستويات اسعار الوقود، اسعار الفنادق.

١١- الموارد البشرية تبرز اهمية الموارد البشرية في كونها العنصر الهام الذي يمكن النشاط السياحي من النمو والتطور والمتمثلة في وجود قوة عمل كفء لادارة الصناعة، ومن اهم المعايير التي تكفل للموارد البشرية ان تمثل ميزة تنافسية للمقصد : توافر جودة النظام التعليمي، اتاحة خدمات البحث والتدريب محليا، كثافة التسجيل للتعليم الاساسي وللتعليم الثانوي، ممارسات التشغيل وانهاء العمل، تسهيل تشغيل العمالة الاجنبية، حجم تدريب العمالة، مدي انتشار الاليز في المجتمع، واثاره علي الاعمال، بالاضافة الي عنصر متعلق بمتوسطات العمر المتوقعة للأفراد الذين تتمثل فيهم قوة العمل السياحية.

١٢- مدي قبول السياحة يحدد هذا العنصر مدي تفتح مجتمع وقبوله للسياحة وللزائرين الاجانب، ويتضمن ايضا اتجاهات السكان المحليين نحو الزائرين الاجانب، ومدي توافر رحلات الاعمال، ويعد من اهم عناصر تحقيق تنافسية المقصد اذ ان ذلك يسمح بتدفق السائحين الاجانب للمقصد مما ينعكس ايجابا علي حجم الانفاق السياحي ومساهمته في الناتج المحلي الاجمالي، كما يعطي مؤشرا لاهمية السياحة كاحد قطاعات الاقتصاد القومي.

١٣- الموارد الطبيعية يعد هذا العنصر احد اهم العناصر التي تحقق ميزة تنافسية للمقصد الذي يتميز بثراء موارده الطبيعية، وتقاس اهمية هذا العنصر وفقا لعدة معايير منها عدد مواقع التراث الطبيعي الدولي وفقا لما

* يعبر هذا المفهوم عن طريقة تستخدم لقياس التوازن بين الصرف بين عملتين وتحقيق المساواة بين العملات، وهو يساوي القوة الشرائية لمختلف العملات في بلدانها الاصلية لسلعة او خدمة معينة وكثيرا ما تستخدم لمقارنة مستويات المعيشة من بلدين أو أكثر، لمزيد من المعلومات راجع: (<http://ar.wikipedia.org/wiki>)

أوردته اليونسكو في قائمتها^(١)، عدد للمحميات الطبيعية، جودة البيئة الطبيعية، أصناف الأحياء المعروفة.

١٤- الموارد الثقافية وتمثل الموارد الثقافية عنصراً شديداً الأهمية في تحقيق ميزة تنافسية للمقصد وتقاس بعدد مواقع التراث الثقافي الدولي وفقاً لليونسكو، عدد الاستادات الرياضية، عدد المعارض الدولية، صادرات الصناعات الإبداعية.

وقد تم تنظيم القوائم الأربع عشرة في ثلاث مجموعات رئيسية هي:

- أ- الإطار التنظيمي (وتتضمن القوائم من ١- ٥).
- ب- البنية الأساسية للبيئة والأعمال (القوائم من ٦- ١٠).
- ج- الموارد الطبيعية والثقافية (وتتضمن القوائم من ١١- ١٤).^(٢)

ملاحظات على النماذج السابقة:

أولاً: أشارت دراسة Zins, A. H., Wöber, k. & Mazanec, J.A. (2007) التي ان المحاولات السابقة^(*) اتخذت الشمول لكافة العوامل

١- هي معالم تقوم لجنة التراث العالمي في اليونسكو بتبرئتها لئلا إدراجها ضمن برنامج مواقع التراث الدولية التي تديره اليونسكو. هذه المعالم قد تكون طبيعية، كالغابات وسلاسل الجبال، وقد تكون من صنع الإنسان، كالبنائيات والمدن. انطلاقاً من هذا البرنامج عن طريق اتفاقية حماية التراث العالمي الثقافي والطبيعي والذي بُني خلال المؤتمر العام لليونسكو والذي عقد في ١٦ نوفمبر ١٩٧٢ م. ومنذ توقيعها، فقد صادقت ١٨٠ دولة على هذه الاتفاقية. يهدف البرنامج إلى تصنيف وتسمية والحفاظ على المواقع ذات الأهمية الخاصة للجنس البشري، سواء كانت ثقافية أو طبيعية. ومن خلال هذه الاتفاقية، تحصل المواقع المدرجة في هذا البرنامج على مساعدات مالية تحت شروط معينة، لمزيد من المعلومات راجع مواقع التراث العالمي : ar.wikipedia.org/wiki

* أشار تقرير التنافسية ٢٠١١ إلى احتمال تضمين قائمة جديدة إلى القوائم الأربع عشرة هي " تغير المناخ" لتصبح عدد القوائم خمس عشرة قائمة إلا أن نقص البيانات المتعلقة بهذه القائمة حالت دون تضمين هذه القائمة داخل التقرير، لمزيد من المعلومات راجع :

World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011, http://www.ftnnews.com/attachments/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf, accessed: May, 2011

** يقصد المحاولات التي أشارت لها دراسة Mazanec, J.A, Wober, K. & Zins, A.H (2007).

المحددة لتنافسية المقاصد كما ان اسهام كل من Ritchie and Crouch, (2003) Dwyer and Kim يضع مفاهيم للتنافسية اكثر من كونها عوامل محددة لتنافسية المقاصد.^(١)

ثانياً: يلاحظ من النموذجين Crouch , G.I., Dawyer & Kim 2003 ان تنافسية المقصد تمثل هدفا جزئيا نحو تحقيق الهدف الاساسي المتمثل في تحقيق الرفاهة الاقتصادية الاجتماعية للسكان المحليين لذا يربط بين محددات القدرة التنافسية للمقصد السياحي ومؤشرات الرفاهة الاقتصادية ويتمثل مؤشرات تنافسية المقصد في جاذبيته في عيون السائحين كمؤشر كفي، وفي ما يحققه المقصد من نصيب سوقي، و ايرادات سياحية كمؤشر كمي.^(٢)

ثالثاً: يتميز دليل تنافسية السياحة والسفر عن غيره من النماذج السابق ذكرها بان مؤشرات التنافسية التي يقوم باستخدامها تتسم بوضوحها مما يتيح امكان استخدامها للمقارنة بين المقاصد المختلفة، ويسمح الدليل بتقديم معلومات مفيدة لكل من القطاع الحكومي، والاعمال بما يمكنهم من اتخاذ قرارات لتطوير بيئة اعمال السياحة والسفر وذلك وفقا ل WEF 2007^(٣)

وفيما يلي سوف يتم تناول محددات القدرة التنافسية للمقاصد العربية الاسلامية ذات النصيب النسبي الاعم في كل من منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية، وذلك بناء على: دليل تنافسية السفر والسياحة Travel and Tourism Competitiveness Index TTCI لعامي ٢٠٠٩ ، ٢٠١١ والذي استطاع تقييم تنافسية ١٣٣، ٣٩ مقصد سياحي على الترتيب.^(٤)

1 - Mazanec, J.A, Wober, K. & Zins, A.H.,, op.cit, p. 88.

2 - Dwyer & kim, p. 380.

3 - Crouch, G.I., op.cit , p.4.

• ان اي دولة تحقق نفس ترتيبها في اية ميزة تنافسية عام ٢٠١١ بالمقارنة بعام ٢٠٠٩ فهذا يشير الي تقدم مركزها نسبيا نظرا لزيادة عدد الدول التي انضمت لجدول التنافسية.

ثالثاً: محدودات القدرة التنافسية للدول العربية الإسلامية.

لأبد في البداية ان يتم الإشارة الى ندرة للدراسات التي تناولت محدودات القدرة التنافسية للمقاصد العربية الإسلامية حيث تقتصر على دراسة Gursoy, D., Baloglu, s. & chi, C.G., 2009 والتي قامت بدراسة محدودات القدرة التنافسية لعشرة مقاصد في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا منها مصر - الأردن - المغرب - اليمن، الامارات العربية المتحدة، المملكة العربية السعودية، الكويت، لبنان، البحرين.^(٩)

تم ذلك وفق ستة محدودات للقدرة التنافسية للمقاصد السياحية من أجل تحديد المزايا التنافسية لهذه المقاصد بالاستعانة بالمعايير التي قامت WTTC بوضعها وهي : تنافسية السعر، البيئة، التكنولوجيا، الانفتاح، التنمية الاجتماعية، الموارد البشرية.

وقد اشارت النتائج الى ان كلا من مصر والأردن هي أكثر المقاصد التي تمتلك مزايا تنافسية تتعلق بالسعر، والبيئة تلبيها المغرب واليمن. كما يعد السعر والبيئة أيضاً أكثر نقاط الضعف للمقاصد الأخرى محل الدراسة.

كذلك اشارت النتائج الى ان الموارد البشرية، والتنمية الاجتماعية، التكنولوجيا تمثل نقاط ضعف للدول الأربع السابق ذكرها بينما تمثل مزايا تنافسية للدول الأخرى محل الدراسة، وهي الامارات العربية المتحدة، المملكة العربية السعودية، الكويت، لبنان، البحرين.

لما بالنسبة للانفتاح نحو السياحة فقد اشارت النتائج الى ان مصر والأردن والكويت والامارات أكثر المقاصد تنافسية حيث لا تتطلب دخولها فيزا من غالبية الزائرين ومفتوحة للتجارة والسياحة كما ان الضرائب على التجارة الدولية في هذه الدول أقل من غيرها في الدول الأخرى محل الدراسة.^(١٠)

واستناداً الى نتائج هذه الدراسة وما تم عرضه من اسهامات الباحثين يتضح أهمية وجود معايير موضوعية يمكن على اساسها

* تناولت الدراسة أيضاً تحديد المزايا التنافسية لإسرائيل باعتبارها إحدى المقاصد السياحية بمنطقة الشرق الأوسط.

1- Gursoy, D., Baloglu, s. & chi, C.G., op.cit. p.158-160.

التعرف علي محددات القدرة التنافسية للمقاصد السياحية مما يشير الي اهمية التعرف علي محددات القدرة التنافسية لهذه المقاصد من خلال قوائم دليل تنافسية السياحة والسفر نظرا لتوافر الموضوعية نسبيا في المعايير التي يضعها من اجل تحديد المزايا التنافسية للمقاصد المدرجة بالدليل، ومن خلال الاستعانة بالدليل فقد تم تجميع كافة المزايا التنافسية وكذا نقاط الضعف التي من شأنها تخفيض القدرة التنافسية للمقاصد العربية الاسلامية محل الدراسة، ثم مقارنة نتائج^(١) ٢٠٠٩ بالنتائج المستخلصة من جدول تنافسية السياحة والسفر^(٢) ٢٠١١ وبناء عليه تم استخلاص النتائج التالية:

اولا : المزايا التنافسية:

أ. قواعد وتنظيمات السياحة:

١- احتلت تونس عام ٢٠٠٩ للمركز الاول بين الدول العربية الاسلامية محل البحث في متطلبات الفيزا حيث كان ترتيبها (١٦) في دليل التنافسية، تليها المغرب ثم الاردن ثم مصر، وهذا بلا شك يضمن تنفق عند كبير من السائحين الي تلك المقاصد طالما توافرت سهولة اجراءات الدخول عبر المنافذ المختلفة وقد حافظت تونس في ٢٠١١ علي المركز الاول بنفس الترتيب تليها الاردن.

٢- احتلت تونس المركز الاول عام ٢٠٠٩ في شفافية السياسات الحكومية بترتيب (١٥) يليها المملكة العربية السعودية ثم المغرب ثم الاردن، يشير ذلك الي وضوح التشريعات والقوانين والاجراءات المرتبطة ببدء وتنفيذ الاستثمارات في هذه الدول، وعدم تعقدها نسبيا مما ينعكس ايجابا علي مناخ الاستثمار السياحي، وفي عام ٢٠١١ ظلت تونس تحتل المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية ولكن بترتيب (٢٠) في شفافية السياسات الحكومية تليها المملكة العربية السعودية.

1-World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009, op.cit.

2-World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011, op.cit, p.4.

٣- كما احتلت تونس أيضا عام ٢٠٠٩ المركز الاول في لئر قواعد الاعمال علي الملكية الاجنبية بترتيب (١٦) في دليل التنافسية تليها الاردن بترتيب (٤٤) ، وفي عام ٢٠١١ حافظت تونس علي مركزها بترتيب متقدم (٦) في جدول التنافسية تليها المملكة العربية السعودية ثم الاردن.

٤- احتلت مصر المركز الاول ٢٠٠٩ بين الدول العربية الاسلامية في المدة اللازمة لبدء النشاط بترتيب (١٥) في دليل للتنافسية تليها تونس ثم المملكة العربية السعودية و المغرب ، والاردن ثم سوريا ، وتبدو اهمية ذلك في التأثير علي جذب الاستثمارات السياحية حيث انه كلما قل وقت بدء مزولة النشاط كلما شجع المستثمرين علي قامة مشروعاتهم في المقصد، اما عام ٢٠١١ حققت المملكة العربية السعودية المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية بترتيب (٩) في المدة المطلوبة لبدء الاعمال الي المركز تليها تونس ثم المغرب ثم الاردن وسوريا.

٥- احتلت الاردن عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في ضمان حقوق ملكية المشروعات السياحية بترتيب (٢٣) في دليل التنافسية يليها سوريا ثم تونس ثم المملكة العربية السعودية، وهذا يشير الي ضمان المستثمر المحافظة علي ملكيته الخاصة باجراءات قانونية ميسرة ومضمونة بحيث يضمن اصحاب المشروعات حقوقهم في حال وجود اي تعدي عليها مما يشجع تيار الاستثمار الخاص.^(١) لما في عام ٢٠١١ فقد حققت المملكة العربية السعودية المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية بترتيب ٢٨ في ضمان حقوق الملكية للمشروعات السياحية تليها الاردن ثم تونس.

٦- كانت الاردن الوحيدة بين الدول العربية الاسلامية التي حازت ميزة تنافسية في اتفاقيات خدمات لنقل الجوي الثنائية بترتيب (٣٧) عام ٢٠٠٩، وهذا يدل علي الخطوات المتقدمة التي اتخذتها الاردن في تحرير خدمات النقل الجوي، وقد حافظت في عام ٢٠١١ علي مركزها ولكن بترتيب (٣٨) في دليل التنافسية.

١- جليلة حسنين، " مناخ الاستثمار السياحي في مصر : (تحليل دور واهمية العوامل المؤثرة فيه) " مرجع سابق، ص ١٧٤.

٧- وفي عام ٢٠١١ حققت المملكة العربية السعودية المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في مدي توافقها مع اتفاقيات جاتس (٢٨) تليها الاردن ثم المغرب، كما حققت تونس وحدها ميزة تنافسية عام ٢٠١١ في انخفاض تكاليف بدء الاعمال (٤٤).
و مما سبق يتضح تصدر تونس في حيازة اغلب المزايا التنافسية في هذه القائمة عامي ٢٠٠٩، ٢٠١١.

بدء الاستدامة البيئية:

- ١- احتلت تونس المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في استدامة التنمية السياحية بترتيب (٤) تليها المغرب ثم مصر واخيرا الاردن وذلك عام ٢٠٠٩، لما في عام ٢٠١١ فقد ظلت تونس تحتل المركز الاول بترتيب (١١) تليها المغرب ثم المملكة العربية السعودية.
- ٢- احتلت تونس المركز الاول في كل من الالتزام بالقواعد البيئية بترتيب (٢٥) في دليل التنافسية تليها الاردن ثم المملكة العربية السعودية اما في عام ٢٠١١ حافظت تونس علي المركز الاول بترتيب (٢٨) في الالتزام بالقواعد البيئية تليها المملكة العربية السعودية .
- ٣- كانت تونس الوحيدة التي حققت ميزة تنافسية في صرامة القواعد البيئية بترتيب (٣٠) عام ٢٠٠٩، وفي عام ٢٠١١ ظلت تونس تتصدر الدول العربية الاسلامية ولكن بترتيب (٣٣) ثم المملكة العربية السعودية.
- ٤- احتلت الاردن المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في ابرام الاتفاقات البيئية عام ٢٠٠٩ محتلة للترتيب رقم (٢١) في دليل تنافسية السياحة والسفر، تليها مصر، لما عام ٢٠١١ فقد حافظت الاردن علي مركزها ولكن بتراجع في الترتيب (٣٠) بينما احتلت المملكة العربية السعودية المركز الثاني.

وبصورة عامة فان تفوق تلك المقاصد في تحقيق استدامة التنمية السياحية البيئية يعني قدرتها المستمرة علي جذب السائحين، كما ان الصرامة والالزام في قوانين الحفاظ علي البيئة يمنح المقامين علي بدء اعمالهم في النشاط السياحي ثقة في استمرار عوائدهم الاقتصادية. وهذا بلا شك يعد احد عوامل تهيئة مناخ استثماري صالح للسياحة خاصة وان الدولة

السياحية الناجحة لا تملك ان تهمل في المحافظة علي بيئتها والاستدامة في ذلك.^(١)

كما استطاعت المغرب ان تتفرد بميزة التخليص من المواد الكربونية والتركيزات الاخرى في عامي ٢٠٠٩، ٢٠١١.

جـ: الامن والامان:

١- حققت سوريا عام ٢٠٠٩ ميزة تنافسية تتعلق بما تنفقه علي مكافحة الجرائم والعنف، بترتيب رقم (١) في دليل التنافسية، تليها الاردن ثم مصر واخيراً تونس ، كما كانت سوريا الوحيدة بترتيب (١٠) بين الدول العربية الاسلامية في تكاليف مكافحة الارهاب، اما في عام ٢٠١١ حافظت سوريا علي المركز الاول بنفس الترتيب في مكافحة الجريمة والعنف تليها تونس ثم المملكة واخيرا الاردن (٢١)، يدل ذلك علي المحاولات المستمرة نحو تحقيق مزيد من الامن والامان لجذب المزيد من السائحين الي هذه المقاصد.

٢- احتلت الاردن عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في اماكن الاعتماد علي خدمات الشرطة بترتيب رقم (٢٠) في دليل التنافسية، تليها تونس ثم المملكة العربية السعودية واخيرا المغرب مما يعني اماكن توفير الحماية للسائح ضد الجرائم، او الحوادث الارهابية وبالتالي فان ذلك سوف ينعكس بالضرورة علي مزيد من التدفق السياحي اما عام ٢٠١١ فقد حافظت الاردن علي المركز الاول ولكن بترتيب متراجع (٢٤) تليها تونس ثم المملكة العربية السعودية.

٣- في عام ٢٠١١ انفردت المملكة العربية السعودية بين الدول العربية الاسلامية بانخفاض معدلات حوادث الطرق (١٠٩)، كما حققت سوريا المركز الاول بترتيب (٦) في تكاليف مكافحة الارهاب تليها تونس ثم المملكة العربية السعودية.

١- نفس المرجع السابق، ص ص ١٧٠ - ١٧١.

د- الصحة العامة:

- ١- احتلت مصر المركز الاول عام ٢٠٠٩ بين الدول العربية الاسلامية في توافر الاطباء بترتيب رقم (٤٣) تليها الاردن، اما عام ٢٠١١ لفردت الاردن ترتيب (٤٣) بتحقيق هذه الميزة .
- ٢- اتخذت مصر مع الاردن عام ٢٠٠٩ نفس الترتيب (٤٧) في دليل التنافسية في مدي توافر مياه الشرب النقية. ولم تحصل اي من المقاصد الاخرى علي اية ميزة تنافسية في هذه القائمة مما يخلل علي عدم توافر الحماية الكافية للسائح في مجال الصحة العامة. ولا شك انه كلما توافرت الخدمات الاساسية لراحة السائحين وطمأننتهم علي امنهم وصحتهم كلما اسهم ذلك في زيادة الحركة السياحية والايرادات السياحية المتوقعة، مما يعمل علي زيادة فرص الاستثمار السياحي المربحة.
- وفي عام ٢٠١١ حققت المملكة وحدها ميزة تنافسية جديدة في عدد اسرة المستشفيات بترتيب (٧٦).

هـ : اولوية السفر والسياحة :

- ١- احتلت تونس عام ٢٠٠٩ المرتبة الاولى بين الدول العربية الاسلامية في وضع الحكومة لها كاحد لولويات التنمية بترتيب (٦) في دليل التنافسية تليها المغرب، تليها مصر ثم الاردن، وفي عام ٢٠١١ حافظت تونس علي المركز الاول بترتيب متقدم (٤) تليها المغرب.
- ٢- احتلت تونس عام ٢٠٠٩ المركز الاول ايضا في فعالية التسويق بترتيب (٢١) ثم للمغرب، الاردن، مصر، وفي عام ٢٠١١ احتلت المغرب المركز الاول بترتيب (١٢) في فعالية التسويق والترويج تليها تونس ثم الاردن.
- ٣- استطاعت كل من تونس ومصر ان تحصل علي كافة المزايا التنافسية في هذه القائمة عام ٢٠٠٩.
- ٤- احتلت مصر عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في حجم التواجد في المعارض السياحية الخارجية بترتيب (٣) في دليل التنافسية، تليها المغرب ثم سوريا، ثم تونس و اخيرا المملكة العربية

السعودية ، ينال ذلك علي ما تبذله اجهزة السياحة الرسمية في هذه الدول من جهود ترويجية.

- ٥- احتلت الاردن عام ٢٠٠٩ المركز الاول في الاتفاق علي القطاع السياحي بترتيب (٧) في دليل للتنافسية تليها تونس واخيرا مصر، وفي عام ٢٠١١ حافظت الاردن علي نفس ترتيبها، تليها تونس
- ٦- عام ٢٠١١ حققت المملكة العربية السعودية المركز الاول في شمول بيانات السياحة والسفر السنوية بترتيب (١) تليها الاردن وتونس ثم المغرب واخيرا سوريا وكذلك فان المغرب تصدرت الدول العربية الاسلامية في سرعة اتاحة بيانات السياحة والسفر الشهرية بترتيب (١) تليها تونس ثم المملكة العربية السعودية.

والبنية الاساسية للنقل الجوي:

- ١- احتلت مصر عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في عدد خطوط الطيران بترتيب (٢٠) في دليل للتنافسية، تليها السعودية ثم المغرب و اخيرا تونس ، اما عام ٢٠١١ احتلت المملكة المركز (٣٥) تليها سوريا والمغرب واخيرا الاردن.
- ٢- احتلت تونس عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في جودة البنية الاساسية للنقل الجوي (٢٩) في دليل للتنافسية، تليها الاردن ثم المملكة العربية السعودية اما عام ٢٠١١ فقد حققت الاردن المركز الاول في جودة البنية الاساسية للنقل الجوي بترتيب (٣٥) تليها تونس ثم المملكة العربية السعودية.
- ٣- احتلت الاردن عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في شبكة النقل الجوي الدولية بترتيب (٣٠) في دليل للتنافسية تليها تونس بترتيب (٤٠) وظلت عام ٢٠١١ تحافظ علي المركز الاول بنفس الترتيب تليها المملكة العربية السعودية ثم تونس.

٤- احتلت المملكة العربية السعودية عام ٢٠٠٩ المراكز الاولى بين الدول العربية الاسلامية في عدد المقاعد المتاحة بكل من الطيران الدولي وفي عدد المغادرين، وعدد المطارات محصلة المراكز ارقام (١٨)، (٤٧)، (٤٣) علي الترتيب في دليل التنافسية، تليها مصر ثم تونس واخيرا المغرب.

وظلت المملكة عام ٢٠١١ تحتفظ بالمركز الاول في المغادرة لكل ١٠٠٠ فرد بنفس الترتيب. كما احتلت المركز الاول في عدد مقاعد الطيران الداخلي (٢٣) تليها المغرب تليها الاردن كما احتلت المملكة المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية بتفرداها في كثافة المطارات بترتيب (٤٦) وكذلك المركز الاول في عدد مقاعد الطيران الدولي بترتيب (٢٧) تليها المغرب .

يشير ذلك الي ما توليه حكومات هذه الدول من اهتمام خاص للبنية الاساسية للنقل الجوي وذلك لمواجهة الزيادة المتوقعة في الحركة السياحية الدولية، وقد اشارت دراسة جلية حسنين (٢٠٠٧) الي التأثير الايجابي لذلك علي جذب الاستثمارات، وما يمكن ان تحققه من ارباح^(١).

٢- البنية الاساسية للنقل البري:

١- احتلت المملكة العربية السعودية عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في جودة الطرق بترتيب (٣٧) في دليل تنافسية السياحة والسفر تليها تونس ثم الاردن .

٢- احتلت تونس عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في جودة شبكة طرق النقل البري بترتيب (٢٣) في دليل تنافسية السياحة والسفر، تليها سوريا ثم الاردن واخيرا المملكة العربية السعودية، وفي عام ٢٠١١ حققت المركز الاول بترتيب (٢٥)، ثم المملكة العربية السعودية، تليها الاردن.

٣- وكذلك احتلت تونس عام ٢٠٠٩ المركز الاول في جودة البنية الاساسية للموانيء بترتيب (٣٨) تليها المملكة العربية السعودية واخيرا الاردن، لما عام ٢٠١١ استطاعت المملكة المحافظة علي مركزها بترتيب متقدم (٣٦).

١- نفس المرجع السابق، ص. ١٦٨.

- ٤- تصدرت تونس عام ٢٠٠٩ أيضا باقي الدول العربية الاسلامية في جودة البنية الاساسية للسكك الحديدية بترتيب (٢٢) تليها المغرب ثم سوريا اما عام ٢٠١١ فقد حافظت تونس علي المركز الاول بترتيب (٢٩) تليها المغرب بترتيب (٣٧) ثم المملكة العربية السعودية .
- ٥- افرغت سوريا بين الدول العربية الاسلامية بميزة تنافسية في كثافة الطرق بترتيب (٥٠) في دليل تنافسية السياحة والسفر، اما عام ٢٠١١ فقد حققت المملكة العربية السعودية وحدها مركزا تنافسيا في كثافة الطرق بترتيب (١١٢).

ومما لا شك فيه ان تقدم مركز هذه الدول في دليل للتنافسية يعد ذا تأثير كبير علي تقليل احتمالات التعرض للحوادث، ونسيانية حركة المرور مما يؤدي الي تقليل زمن الرحلة، وهذا بلا شك ينعكس في صورة مزيد من تنفق الرحلات السياحية الي هذه المقاصد.

ج- البنية الاساسية السياحية :

- ١- احتلت تونس المركز الاول عام ٢٠٠٩ بين الدول العربية الاسلامية في عدد الغرف الفندقية بترتيب (٢١) في دليل تنافسية السياحة والسفر تليها المملكة العربية السعودية، وهذا يشير الي تنامي الطلقة للفندقية نسبيا بما يمكن من مقابلة الطلب السياحي، وهذا بلا شك ينعكس في صورة عدم ارتفاع لاسعار الغرف الفندقية وفي عام ٢٠١١ حققت تونس المركز (٢٣) في لسماعر الغرف الفندقية تليها المملكة العربية السعودية (٣٨).

- ٢- احتلت كل من مصر، الاردن، المغرب، المملكة العربية السعودية المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية محل للدراسة في وجود شركات تاجير سيارات بترتيب (٢٣) وذلك عام ٢٠٠٩، اما عام ٢٠١١ استطاعت الاردن والمغرب الحفاظ علي المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في وجود شركات تاجير سيارات بترتيب (١) ثم تاتي تونس بعدها.

- ٣- كما حققت المملكة العربية السعودية ايضا عام ٢٠١١ ميزة تنافسية جديدة في خدمات الفيزا كارد بترتيب (٤٣) في دليل للتنافسية.

وبصورة عامة فإنه كلما تطورت وتقدمت البنية الأساسية ليا كان نوعها كلما ساهم ذلك في زيادة الإيرادات التي يتوقعها المستثمرون من المشروعات السياحية لوفي تقليل التكاليف التي يتحملونها.^(١)

ط. البنية الأساسية لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات:

١- احتلت مصر عام ٢٠٠٩ المركز الأول بين الدول العربية الإسلامية في كثافة استخدام الإنترنت في الأعمال بترتيب (٣٦) في دليل تنافسية السياحة والسفر عليها الأردن ثم المملكة العربية السعودية.

٢- عام ٢٠٠٩ كانت المملكة العربية السعودية الوحيدة التي حازت ميزة تنافسية بين الدول العربية الإسلامية في عدد مستخدمي التليفون المحمول بترتيب (٢٢) ثم (٧) عام ٢٠١١ في دليل تنافسية السياحة والسفر بينما تراجع مركزها الي ترتيب (٤٩) في كثافة استخدام الإنترنت ومع ذلك فهي الوحيدة التي تمتلك تلك الميزة عام ٢٠١١.

يدلل ذلك علي تقدم هذه الدول في استخدام وسائل الاتصالات الحديثة في أنشطتها اليومية؛ حيث يعد ذلك احد عوامل نجاح الاستثمارات السياحية، وكفاءة وسرعة تقديم الخدمات السياحية.^(٢)

ج. تنافسية الاسعار في صناعة السياحة والسفر

١- احتلت المملكة العربية السعودية عام ٢٠٠٩ المركز الأول بين الدول العربية الإسلامية في اسعار الوقود بترتيب (٢) في دليل تنافسية السياحة والسفر عليها مصر ثم سوريا ثم الأردن واخيرا تونس، وقد حافظت المملكة علي مركزها عام ٢٠١١ ولكن بترتيب (٣) عليها الأردن ثم سوريا وهذا المركز المتقدم يعني انخفاض نفقات النقل والذي يعد احد اهم بنود الاتفاق السياحي الدولي .

١- نفس المرجع السابق

٢- جلييلة حسنين، "مناخ الاستثمار السياحي في مصر": تحليل دور و اهمية العوامل المؤثرة فيه"، مرجع سابق، ص ١٦٥-١٦٦، ولمزيد من المعلومات راجع : هند محمد حامد، التجارة الالكترونية في المجال السياحي، الناشر المؤلف، ٢٠٠٣.

٢- كما احتلت المملكة ايضا المركز الاول عام ٢٠٠٩ في نطاق الضرائب وتأثيرها بترتيب (٩) في دليل تنافسية السياحة والسفر تليها تونس ثم سوريا واخيرا مصر؛ وفي عام ٢٠١١ حافظت المملكة علي نفس الترتيب تليها تونس بترتيب (١٤) ، و من المعروف ان الضرائب لا يتوقف تأثيرها فقط علي نشاط المشروعات بل تنعكس ايضا في صورة رفع تكلفة الرحلة السياحية والاسعار الفعلية التي يواجهها السائح ولذا فان الضرائب المخفضة تعد من اهم العوامل الايجابية لتحفيز الاستثمار وبالتالي تؤثر علي ربحية هذه المشروعات.

٣- في عام ٢٠٠٩ احتلت المملكة العربية السعودية المركز الاول بترتيب (١٦) في اسعار التذاكر تليها مصر ثم سوريا، وقد حافظت المملكة عام ٢٠١١ علي مركزها ولكن بتراجع ترتيبها الي (٢١) تليها سوريا (٥٠).

٤- احتلت مصر عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في اسعار الفنادق بترتيب (٤) في دليل تنافسية السياحة والسفر تليها تونس ثم سوريا واخيرا الاردن، وهذا مؤشر ايجابي حول الانخفاض النسبي في احد اهم مكونات الانفاق السياحي مما يزيد جاذبية هذه المقاصد

و في عام ٢٠١١ احتلت تونس المركز الاول بترتيب (١٣) ، تليها المغرب بترتيب (٤٨) ، ثم المملكة العربية السعودية بترتيب (٩٢).

٥- احتلت مصر المركز الاول في تعالدية القوة الشرائية بترتيب (٤) في دليل تنافسية السياحة والسفر عام ٢٠٠٩، تليها سوريا ثم تونس، بينما جاء عام ٢٠١١ لتتفوق تونس علي كافة الدول العربية الاسلامية ولكن بترتيب (٢٩) في دليل تنافسية السياحة والسفر.

يشير ذلك الي تقدم مركز مصر في توفير السلع باسعار مماثلة للمقاصد الاخرى نسبيا، ومن الجدير بالذكر ان كلا من مصر، وسوريا قد استطاعت ان تحوز علي كافة المزايا التنافسية في هذه القائمة.

ك - الموارد البشرية:

- ١- كانت مصر عام ٢٠٠٩ للدولة الوحيدة بين الدول العربية الاسلامية التي تمتلك ميزة تنافسية في تسهيل دخول العمالة لمجال السياحة بترتيب (٣٩) في دليل تنافسية السياحة والسفر اما عام ٢٠١١ فقد فازت المملكة العربية السعودية بهذه الميزة بترتيب (٣٩) في جدول التنافسية.
- ٢- احتلت تونس عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في تدريب الافراد بترتيب (٢٧) في دليل تنافسية السياحة والسفر تليها الاردن اما عام ٢٠١١ فقد احتلت تونس المركز الاول بترتيب (١٨) تليها المملكة العربية السعودية.
- ٣- احتلت تونس المركز الاول في اتاحة خدمات البحث والتدريب محليا بترتيب (٢٨) في دليل للتنافسية تليها المملكة العربية السعودية عام ٢٠٠٩ بترتيب (٤٢) ، و في عام ٢٠١١ ظلت تونس تحتل المركز الاول بترتيب (٢٧) تليها المملكة بترتيب (٣٤) ثم الاردن (٤٨).
- ٤- احتلت تونس عام ٢٠٠٩ المركز الاول بالنسبة لجودة النظام التعليمي بترتيب (١٧) في دليل للتنافسية تليها الاردن، كما حافظت تونس في تقرير ٢٠١١ علي مركزها بترتيب (٢٠) تليها المملكة العربية السعودية.
- ٥- استطاعت كافة الدول محل الدراسة عام ٢٠٠٩ ان تحقق ميزة تنافسية في انخفاض حجم انتشار الایدز حيث اشتركت كل من مصر وسوريا، والمملكة العربية السعودية والاردن في المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية بترتيب (١) في دليل تنافسية السياحة والسفر ثم تأتي تونس والمغرب معا بترتيب (٢٢)، ويمكن ارجاع ذلك الي ما تتمتع به هذه الدول من المحافظة علي الاخلاقيات والقيم الدينية، اما عام ٢٠١١ ظلت كل من سوريا، والمملكة العربية السعودية للمركز الاول في انخفاض حجم انتشار الایدز (١) تليها تونس والمغرب (٢٠) واخيرا الاردن (٤٧) .

- ٦- كما احتلت سوريا المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في قدرتها علي مكافحة اثار انتشار الايدز علي الاعمال بترتيب (٤) تليها الاردن ثم تونس واخيرا مصر في دليل تنافسية السياحة والسفر مما يدل علي كفاءة صحة الافراد العاملين في صناعة السياحة اما عام ٢٠١١ فقد احتلت تونس المركز الاول بترتيب (١٦) تليها المملكة العربية السعودية ثم الاردن واخيرا سوريا.
- ٧- وفي عام ٢٠١١ كانت تونس قد احتلت المركز الاول في توقعات ارتفاع الاعداد (٤٦) تليها المملكة العربية السعودية بترتيب (٧٤) والتي كانت الدولة الوحيدة التي حققت ميزة تنافسية في ممارسات التشغيل وانهاء العمل بترتيب (٢٢)، وفي التعليم الثانوي بترتيب (٣٩).

ل-مدي قبول السياحة:

- ١- احتلت الاردن عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في الافتتاح للسياحة بترتيب (٥) في دليل تنافسية السياحة والسفر، تليها المغرب ثم مصر ثم تونس واخيرا سوريا، اما عام ٢٠١١ حافظت الاردن علي المركز الاول ولكن تراجع مركزها الي (١٠) تليها المغرب ثم سوريا تليها تونس واخيرا المملكة كميزة تنافسية جديدة .
- ٢- احتلت تونس المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في اتجاهات السكان المحليين نحو السياحة بترتيب (٢٠) في دليل تنافسية السياحة والسفر، تليها سوريا ثم الاردن وذلك عام ٢٠٠٩، اما عام ٢٠١١ فقد حافظت تونس علي المركز الاول بترتيب متقدم (٧) تليها سوريا ثم المغرب تليها الاردن واخيرا المملكة العربية السعودية.
- ٣- احتلت مصر عام ٢٠٠٩ المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في رحلات الاعمال بترتيب (٦) في دليل تنافسية السياحة والسفر تأتي بعدها علي لترتيب الاردن، تونس، سوريا، المغرب، اما عام ٢٠١١ تصدرت تونس المركز الاول بترتيب (٩) ثم سوريا والمغرب تليها الاردن، واخيرا المملكة العربية السعودية كميزة تنافسية جديدة (١١٢).

ومما لاشك فيه ان الثقافة والعادات الاجتماعية في الدول العربية الاسلامية هي احد العوامل المسؤولة عن تكوين اتجاهات السكان المحليين سواء نحو النشاط السياحي او العمل فيه اوحسي تجاه السائحين انفسهم، والدليل هو تصدر كل من الاردن، ومصر وتونس هذه المراكز بين الدول العربية الاسلامية، وحيازتها نصيبا كبيرا من الحركة السياحية بمنطقة الشرق الاوسط، وفي المقابل فان العادات والتقاليد في المملكة العربية السعودية كانت السبب الرئيسي في عدم وضع السياحة في اولويات التنمية الا في السنوات العشر الاخيرة، مما كان له انعكاس واضح علي ان تحتل الاعراض الدينية ما يقارب نصف الرحلات السياحية الوافدة الي المملكة. (٤٥)

٣. الموارد الطبيعية

- ١- اشتركت كل من مصر وتونس المركز (٤٠) في المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في مواقع التراث الطبيعي العالمي عام ٢٠٠٩، اما عام ٢٠١١ احتلت تونس المركز الاول بتراجع الي المركز (٤٣) دونما اي من الدول العربية الاسلامية الاخرى.
- ٢- احتلت تونس المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في جودة البيئة الطبيعية بترتيب (٢٨) في دليل تنافسية السياحة والسفر، تليها الاردن عام ٢٠٠٩، اما عام ٢٠١١ ظلت تونس تتفرد بهذه الميزة بينما تراجع ترتيبها الي (٣٨).
- ٣- احتلت المملكة العربية السعودية المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية بتفرداها في عدد المحميات الطبيعية بترتيب (٦) في دليل التنافسية، اما بالنسبة لعام ٢٠١١ فقد تراجع مركز المملكة العربية السعودية الي المركز (٧) في المحميات الطبيعية، الا انها استطاعت تحقيق ميزة تنافسية جديدة في امتلاك انواع كائنات غير معروفة (٧٨) تشير كل هذه العوامل الي الجهود التي تبذلها المملكة في مجال الحفاظ علي الموارد الطبيعية باعتبارها احد

• راجع الفصل الثاني.

اهم عناصر العرض السياحي خاصة تلك التي تتميز بندرتها كمواقع التراث الطبيعي العالمي والمحميات الطبيعية التي تحتوي اندر الكائنات او النباتات .

٢- الموارد الثقافية :

- ١- احتلت المغرب المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في امتلاك مواقع التراث الثقافي العالمي بترتيب (١٩)، يليها مصر وتونس واخيرا سوريا اما عام ٢٠١١ تراجع مركز المغرب في مواقع التراث العالمي بترتيب (٢٣) تليها تونس.
- ٢- احتلت الاردن المركز الاول بين الدول العربية الاسلامية في صادرات الصناعات الابتكارية بترتيب (٤٦)، تليها المملكة العربية السعودية اما بالنسبة لعام ٢٠١١ فقد احتلت المملكة المركز الاول بترتيب (٤٨) بتفوقها في صادرات الصناعات الابتكارية.

جدير بالذكر ان المملكة العربية السعودية كانت الدولة الوحيدة من بين باقي الدول العربية الاسلامية التي استطاعت تحقيق مركز تنافسي متقدم لعام ٢٠١١ بالمقارنة بعام ٢٠٠٩ حيث كانت تحتل المركز ٧١ ثم تقدم ترتيبها الي (٦٤)^(١) وعلى مستوي دول منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية (الدول العربية الاسلامية بالاضافة الي ايران واسرائيل) احتلت المركز السابع بعد ان كانت تحتل المركز ١١ عام ٢٠٠٩ وذلك من بين ١٦ دولة؛ يدل ذلك على فعالية الجهود التي تبذلها المملكة في العمل السياحي مما ادي الي انعكاس ذلك علي مركزها التنافسي كمقصد سياحي.^(٢)

كما احتلت سوريا المركز ١٣ عام ٢٠١١ بين دول المنطقة بينما كانت تحتل المركز ١٥ عام ٢٠٠٩.

اما تونس فكانت تحتل المركز السادس و اصبحت في المركز الخامس، وكذا المغرب التي كانت في المركز ١٢ ثم تقدمت الي المركز ١١.

1-World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011, Op.CIT, p. 8.

2- Ibid, P. XXI.

ثانياً: نقاط الضعف:

سوف يتم استعراض نقاط الضعف لدى المقاصد المشار إليها كما يلي^(*):

أ- قواعد وتنظيمات السياسة السياحية كانت سوريا أكثر دولة تعاني نقاط ضعف في هذه القائمة عام ٢٠٠٩ إذ لم تحز سوى ميزتين تنافسيتين ، بينما تطور الامر في عام ٢٠١١ لتمتلك ميزة تنافسية واحدة ، وتشترك كافة الدول العربية الاسلامية في نقطة ضعف تتعلق بقواعد انتشار الملكية الأجنبية، أما عام ٢٠١١ فكانت تونس - بخلاف مصر- الدولة الوحيدة التي تعاني نقطة ضعف تتعلق بمسائل اتفاقية جاتس، كما كانت المملكة العربية السعودية والمغرب أكثر دولتين لديهما نقاط ضعف في هذه القائمة تليهم الاردن .

ب- الاستدامة البيئية: لم تحقق سوريا اية ميزة تنافسية في هذه القائمة في عام ٢٠٠٩ واستمر الوضع في ٢٠١١، كما اشتركت كافة الدول محل الدراسة في وجود بعض الكائنات المهددة بالانقراض في العاميين ، كما لا تمتلك الاردن سوى ميزة تنافسية واحدة عام ٢٠١١.

ج- الامن والامن: اشتركت كافة الدول محل الدراسة مع عام ٢٠٠٩ في نقطة ضعف واحدة في هذه القائمة تتمثل في ارتفاع معدلات حوادث الطرق واستمرت في عام ٢٠١١ فيما عدا المملكة العربية السعودية ، ولا شك ان ارتفاع نسبة حوادث الطرق ترتبط بازدياد المرور وعدم انتظامه والذي يمثل في حد ذاته احد العوامل التي تجعل السائحين يحجمون عن زيارة المقصد.^(**)

اما في عام ٢٠١١ لم تحقق المغرب اية مزايا تنافسية في هذه المجموعة، كما كانت سوريا الدولة الوحيدة التي لديها نقطة ضعف في الاعتماد علي خدمات الشرطة.

كما تعاني الاردن من انخفاض التكاليف المخصصة لمكافحة الارهاب

* سوف يتم الاكتفاء هنا بتحديد نقاط الضعف العامة والمشاركة.

** راجع للفصل الثالث.

د-الصحة العامة: لم تحقق المغرب وتونس، اية ميزة تنافسية في هذه القائمة سواء عام ٢٠٠٩ او ٢٠١١، وبينما لم تكن سوريا والمملكة العربية السعودية قد حققت مزايا تنافسية في هذه القائمة عام ٢٠٠٩ فان الاولى استطاعت تحقيق ميزة تنافسية واحدة تتمثل في امكان الوصول لمستوي عال من الخدمات الصحية، اما الثانية فلم تحقق سوي ميزة واحدة في عدد اسرة المستشفيات عام ٢٠١١.

يشير ذلك الي ما تفقده هذه الدول من خدمات الرعاية الصحية ويتطلب ذلك ضرورة الاهتمام بتوفير الخدمات العلاجية خاصة للطوارئ وزيادة عدد الاطباء واسرة المستشفيات في كافة المناطق السياحية، بخلاف توفير المياه النقية، ويجب ان تكون ذات مستوى عال بما يتناسب مع ما تعود عليه السائحون الدوليون في بلدانهم.^(١)

هـ الاولوية السفر والسياحة: لم تحقق المملكة العربية السعودية اية ميزة تنافسية في هذه القائمة عام ٢٠٠٩، بينما جاء عام ٢٠١١ لتتخصص فيه نقاط الضعف في مدي الاولوية التي تعطيها الحكومة للسياحة، والاتفاق عليها، والترويج لها، وهذا ينعكس بالفعل في انخفاض حجم السياحة الدولية الوافدة الي المملكة من الدول غير العربية او الاسلامية، واعتمادها علي السياحة الدينية وكانت الاردن الدولة الوحيدة التي تعاني نقصا في البيانات الشهرية السياحية عام ٢٠١١.

و - البنية الاساسية للنقل الجوي: لم تحقق سوريا اية ميزة تنافسية في هذه القائمة، اما في عام ٢٠١١ فقد استطاعت تحقيق ميزة تنافسية واحدة تمثلت في عدد خطوط الطيران العاملة.

ز- البنية الاساسية للنقل البري: لم تحقق مصر اية ميزة تنافسية في هذه القائمة عام ٢٠٠٩، يدل ذلك علي ما تعانيه مصر من ضعف جودة البنية الاساسية للنقل البري، كما استمر ذلك عام ٢٠١١، وكان ذلك ايضا بالنسبة لسوريا عام ٢٠١١.

١- جلية حسنين، مرجع سابق، ص ١٦٨.

وقد اشتركت كافة الدول عام ٢٠٠٩، ٢٠١١ في نقطة ضعف واحدة تتعلق بكثافة الطرق فيما عدا المملكة العربية السعودية ٢٠١١ ، كما ان هذه النقطة تمثل نقطة للضعف الوحيدة لتونس خلال عامي ٢٠٠٩، ٢٠١١.

يترتب علي ذلك احتمالات التأثير علي تنسيابية حركة الرحلات ولمكان التعرض لحوادث الطرق.

ح- البنية الأساسية للسياحية: اشتركت كافة الدول محل للدراسة في نقطة ضعف متعلقة بخدمات الفيزا لكاردا عام ٢٠٠٩، بينما اشارت النتائج عام ٢٠١١ الي عدم تحقيق سوريا لية مزايا تنافسية في هذه القائمة، كما كانت خدمات الفيزا لكاردا، ونقص عدد الغرف الفندقية نقطتي ضعف للاردن والمغرب خلال عامي ٢٠٠٩، ٢٠١١.

كما ظلت نفس نقاط الضعف لدي المملكة العربية السعودية في ٢٠٠٩، ٢٠١١ قائمة وتتمثل في خطوط التليفون، عدد مشتركين الانترنت، وعدد مستخدميه.

ط - البنية الأساسية لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات لم تحقق تونس، والمغرب، وسوريا لية ميزة تنافسية في هذه القائمة عام ٢٠٠٩ وظل هذا الوضع قائما عام ٢٠١١ وانضمت اليهم ايضا الاردن، كما ظلت نفس نقاط الضعف لدي المملكة العربية السعودية في ٢٠٠٩، ٢٠١١ قائمة وتتمثل في خطوط التليفون، عدد مشتركين الانترنت، وعدد مستخدميه.

ي - تنافسية الاسعار في صناعة السلاح والسفر لم تحقق المغرب لية ميزة تنافسية في هذه القائمة، بينما استطاعت سوريا ومصر ان تمتلك جميع المزايا التنافسية في هذه القائمة عام ٢٠٠٩.

لما المملكة العربية السعودية فقد استمرت نقطة الضعف المتعلقة بالقوة التنافسية للقوة الشرائية، في عامي ٢٠٠٩، ٢٠١١، كما لم تحقق كل من المغرب والاردن سوي ميزة تنافسية واحدة هي اسعار الفنادق ، اسعار الوقود علي الترتيب.

ك- الموارد البشرية اشتركت كافة الدول محل الدراسة في نقطة ضعف

متعلقة بالتعليم الاساسي، وتوقعت العمر عام ٢٠٠٩.

وفي عام ٢٠١١ لم تحقق المغرب و الاردن سوي ميزة تنافسية واحدة في عدم انتشار الايدز، كما لم تحقق المملكة العربية السعودية سوي نقطة ضعف واحدة في الالتحاق بالتعليم الاساسي.

لما سوريا فقد ظلت تعاني من نفس نقاط الضعف خلال العامين ولم تحقق سوي ميزتين تنافسييتين هما انخفاض انتشار الايدز واثره علي الاعمال.

ل- مدى قبول السياحة لم تستطع المملكة العربية السعودية تحقيق اي مركز في هذه القائمة^(٩) عام ٢٠٠٩ بينما لم يكن لديها سوي نقطة ضعف وحيدة عام ٢٠١١ تمثلت في اتجاهات السكان المحليين نحو الزائرين الاجانب.

م- الموارد الطبيعية لم تحقق المغرب، وسوريا اية ميزة تنافسية في هذه القائمة عام، ٢٠١١، ٢٠٠٩ كما انضمت لهم الاردن عام ٢٠١١.

ن- الموارد الثقافية اشتركت كافة الدول محل الدراسة علمي ٢٠٠٩، ٢٠١١ في انخفاض عدد الاسنادات الرياضية وكذا عدد المعارض الدولية المقامة بها عام ٢٠٠٩ بينما جاء عام ٢٠١١ لتحصرم الاردن وسوريا من لية ميزة تنافسية في هذه القائمة.

لما بالنسبة لمصر فلها لم تحقق لية مزايا تنافسية علي الاطلاق في كل قوائم جدول التنافسية عام ٢٠١١.

جدير بالذكر ايضا ان كافة الدول العربية الاسلامية محل الدراسة - فيما عدا المملكة العربية السعودية - تراجعت مراكزها التنافسية بين دول العالم كمقاصد سياحية عام ٢٠١١ بالمقارنة بعام ٢٠٠٩ وفي مقدمتها سوريا و الاردن حيث تراجع ترتيب الاولى الي ١٠٥ بعد ان كانت عام ٢٠٠٩ تحتل المركز (٩٥)، كما تراجع ترتيب الاردن من المركز ٥٤ الي المركز ٦٤ عام ٢٠١١، كما حققت المغرب المركز ٧٨

* راجع الفصل الرابع.

بعد كانت تحتل المركز ٧٥ ، كما تراجع تونس الي المركز ٤٧ بعد ان كانت تحتل المركز ٤٤ .

اما علي مستوي منطقة الشرق الاوسط و شمال افريقية فقد كانت مصر الدولة الوحيدة التي تراجع مركزها الي العاشر بينما كانت تحتل المركز التاسع عام ٢٠٠٩ .

ومن المؤكد انه في ظل المتغيرات الاقتصادية العالمية مثل اتفاقية جاتس ووجود الشركات دولية النشاط، فان نقاط الضعف السابقة سوف تؤدي الي تعظيم الآثار الاقتصادية السلبية لهذه المتغيرات مما ينعكس بالضرورة علي القدرة التنافسية لمؤسسات الاعمال في الدول النامية^(٩) والتي تعد احد محددات القدرة التنافسية للمقصد.

بناء علي هذه النتائج: فانه يمكن للمقاصد العربية الاسلامية من خلال تحديد مزايها التنافسية ان تقوم باعداد استراتيجية لتصل ملائمة مع الاسواق المستهدفة من اجل بناء مكانة مميزة لها في ذهن السائح بالنسبة للمقاصد المنافسة الاخرى، وذلك بما يرضي احتياجاته؛ ويتطلب ذلك تحليلا دقيقا لكل من ملامح المقصد، واحتياجات السائح حيث تمثل تحديد مكانة المزايا التنافسية للمقصد السياحي عاملا حيويا ليس فقط في اتخاذ القرار بالزيارة له دون غيره بل وبما يحقق له الاستدامة والنجاح.

كما ان تحديد نقاط الضعف يسهم في وضع استراتيجية لتطويرها من اجل بناء مكانة افضل للمقصد في ذهن السائح.

ولذلك فانه يلزم علي مسئولو التسويق في المقاصد العربية الاسلامية الاهتمام بتحديد مكانة لها في ذهن السائح علي اساس العمل علي المزايا الفريدة لهذه المقاصد unique selling propositions of the destinations^(١٠)

* اشارت دراسة يسرا عطية ٢٠٠٧ حول الشركات عابرة القوميات ان ما نفتخر اليه مصر والمغرب وتونس ولبنان كنول نامية من نقاط قوة في التنافسية الدولية بخلاف ما تعانيه من ضعف في الهياكل الاقتصادية تؤدي الي زيادة الآثار الاقتصادية السلبية للشركات عابرة القومية في ظل تحرير التجارة، لمزيد من المعلومات راجع: يسرا عطية، مرجع سابق، ص ص ٢٢٥-٢٢٦ .

** لمزيد من المعلومات راجع كلا من

1-Gursoy, D., Baloglu, s. & Chi, C.G, op.cit, pp. 160-161.

٢- داليا زكي، مرجع سابق، ص ص ٨٤-٨٨ .

الخلاصة:

تناول الفصل الخامس "محددات القدرة التنافسية للمقاصد العربية الإسلامية" حيث تم في البداية تحديد مفهوم تنافسية المقاصد، وقد تمت الإشارة إلى صعوبة تحديد هذا المفهوم حيث ترجع تلك الصعوبة إلى سببين رئيسيين:

أولها: تعدد مداخل البحث في تحديد هذا المفهوم وهي ثلاثة مداخل انفتحت الأدبيات السياحية حولها وهي مدخل الإدارة أو المدخل الاستراتيجي، مدخل تنافسية السعر، مدخل ثقافي - اجتماعي وتاريخي.

وثانيها: طبيعة المقصد السياحي نفسه.

وقد تبين أنه نتيجة لتعدد مداخل تحديد مفهوم تنافسية المقاصد، بخلاف الطبيعة المركبة للمنتج السياحي الذي يقمنه المقصد لآثاره فإنه من الطبيعي، ألا يوجد اتفاق في أهداف المؤسسات المختلفة المسنولة عن تقديم المنتج السياحي وهذا ما يفسر عدم وجود مفهوم محدد لتنافسية المقاصد، بل ويؤدي إلى تنوع إسهامات الباحثين في وضع تصوراتهم حول محددات القدرة التنافسية للمقاصد السياحية.

بعد ذلك تناول الفصل التعرف على محددات القدرة التنافسية

للمقاصد السياحية وفقا لإسهامات الباحثين وقد تبين أن أغلبها افتقدت الشمول لكافة العوامل المحددة لتنافسية المقاصد مما أبرز الحاجة إلى وضع معايير شاملة وموضوعية ومحددة يمكن من خلالها المقارنة بين المقاصد المختلفة من أجل التعرف على مدى نجاح كل منها في تحقيق مركز تنافسي متقدم نسبيا؛ اتضح أيضا الدور الذي قام به المنتدى الاقتصادي العالمي عام ٢٠٠٧ (Economic Forum (WEF) World Travel and Tourism في إطلاق دليل لتنافسية السفر والسياحة Competitiveness Index TTCI والذي استهدف تحديد المركز التنافسي للمقاصد المختلفة في السوق الدولية وكيف يتغير من عام لآخر وأسباب هذا التغير وما هي نقاط قوة الدولة وضعفها في مجال المنافسة السياحية الدولية.

وبناء علي دليل تنافسية السفر والسياحة Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) لعامي ٢٠٠٩ و ٢٠١١ فقد تم تناول محددات القدرة التنافسية للمقاصد العربية الاسلامية ذات النصيب النسبي الاهم في كل من منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية، وذلك من بين ١٣٣ و ١٣٩ مقصد سياحي علي الترتيب.

ومن خلال الاستعانة بالدليل، فقد تم تجميع كافة المزايا التنافسية وكذا نقاط الضعف التي من شأنها تخفيض القدرة التنافسية للمقاصد العربية الاسلامية محل الدراسة، وذلك من اجل ان يقوم مسئولو التسويق في المقاصد العربية الاسلامية باعداد استراتيجية اتصال ملائمة مع الاسواق المستهدفة من اجل بناء مكانة مميزة لها في ذهن السائح بالنسبة للمقاصد المنافسة الاخرى ارتكازا علي المزايا الفريدة التي تتمتع بها، وفي نفس الوقت تطوير نقاط الضعف التي تحول دون تحقيق المقصد هذه المكانة المرجوة.

الجزء الثاني

الدراسة التطبيقية

أولاً: مقدمة عن الدول المختارة وعرض الأنماط السياحية بها.

ثانياً: المعوقات المتوقعة في سبيل التعاون.

ثالثاً: رؤية استراتيجية مقترحة لتحديد امكانيات التعاون بين الدول المختارة

رابعاً: الآثار المتوقعة في سبيل التعاون

خامساً: نماذج مقترحة لرحلات المقصد الاعظم

(مصر – تونس – المغرب)

انطلاقاً مما تمّ اللقاء الضوء عليه في الدراسة النظرية من عوامل اقتصادية و سياسية وثقافية تؤثر علي نصيب الدول العربية الاسلامية من السياحة الدولية واثارها الاقتصادية في حال بقائها منفردة دون الانضمام الي كتل سياحي؛ يسعى هذا الجزء من البحث الي وضع رؤية استراتيجية لتحديد امكانيات التعاون لتنمية السياحة الدولية، والبيئية بين ثلاث دول عربية اسلامية وقع عليها الاختيار هي (مصر-تونس-المغرب)، ويقوم هذا الاختيار علي عدة اسس: جغرافية، واقتصادية، وثقافية، وسياسية، وسياحية.

وتشخيصاً للامكانيات السياحية القائمة بالدول الثلاث فانه من الضروري ان يتم عرض مقدمة عامة عن الدول المختارة والانشطة السياحية بها، ثم اللقاء الضوء ايضا علي الواقع السياحي لهذه الدول من حيث الاسواق السياحية الرئيسية والطاقة الفندقية القائمة وامكانات الوصول اليها سواء بالنقل البري، او البحري، او الجوي.

ومن اجل وضع تصور واقعي و ممكن التنفيذ لاستراتيجية التعاون المقترحة فقد كان ضروريا ان يتم عرض للمعوقات المتوقعة في سبيل التعاون سواء اكانت سياسية، او اقتصادية، او ثقافية، او تشريعية، بالاضافة الي مجموعة من المعوقات تتعلق بالاستراتيجية المقترحة ذاتها. واستنادا لكل ماسبق يمكن وضع رؤية استراتيجية تاخذ في اعتبارها قواعد اساسية لتحديد امكانيات التعاون، و تشمل علي برامج محددة و تحديد اليات تنفيذية ملائمة سواء اكانت اقتصادية، او ثقافية، او تشريعية، او سياحية.

وكنتيجه لهذا التصور فانه من المتوقع ان تكون هناك اثار ايجابية لهذا التعاون لذا سوف يتم التعرض لهذه الاثار علي اختلافها، و اخيرا وضع تصور لبرامج سياحية سواء في السياحة البيئية او الدولية، و هذا كله ما سوف يتم تناوله في الدراسة للتطبيقية.

تمهيد:

تتضمن الدراسة التطبيقية تحديد لمكانيات التعاون بين الدول العربية الإسلامية المختارة (مصر - تونس - المغرب) في تنمية السياحة الدولية و البينية و ذلك من خلال العناصر التالية:

اولا: مقدمة عن الدول المختارة وعرض الأنماط السياحية بها وتتضمن :

١- اسس اختيار الدول وهي

أ- الاعتبار الجغرافي، ووسائل النقل

ب- الاعتبار الاقتصادية

ج- الاعتبار السياسية

د- الاعتبار الثقافية

هـ- الاعتبار المتعلقة بالواقع السياحي للدول الثلاث

٢- الانماط السياحية والواقع السياحي بالدول المختارة (مصر -

تونس - المغرب) ويشمل

أ - مقدمة عامة عن الدولة

ب- انماط السياحة فيها

ج- الواقع السياحي للدولة: ويتضمن الاسواق السياحية الرئيسية،

والطاقة الفنية، وطرق الوصول والانتقال .

٣- ملامح رئيسية لاستراتيجيات التنمية السياحية في الدول المختارة

أ - ملامح استراتيجية التنمية السياحية في مصر

ب- ملامح استراتيجية التنمية السياحية في تونس (المخطط الثاني

عشر للتنمية ٢٠١٠-٢٠١٤)

ج- ملامح استراتيجية التنمية السياحية في المغرب (رؤية

٢٠٢٠)

د- ملاحظات عامة على الاستراتيجيات الثلاث

ثانيا :المعوقات المتوقعة في سبيل التعاون:

اولا : معوقات عامة:

أ- معوقات سياسية

ب- معوقات اقتصادية

ج- معوقات قانونية وتشريعية

د- معوقات ثقافية

ثانياً: معوقات خاصة بالاستراتيجية:

ثالثاً: رؤية استراتيجية مقترحة لتنمية السياحة الدولية والبيئية بين دول التعاون

المختارة وذلك بالاستعانة بالعناصر التالية:

اولاً : المنطلقات (الدوافع الرئيسية للتعاون)

ثانياً : القواعد الأساسية للتعاون

ثالثاً : اهداف الاستراتيجية:

رابعاً : امكانيات التعاون (البرامج المقترحة)

خامساً : اليات تنفيذية للعمل (اجراءات) وتشمل :

اليات سياسية، اليات اقتصادية، اليات سياحية.

واخيراً: يتم التعرض للآثار المتوقعة لهذا التعاون ثم يتم طرح نماذج لرحلات

مقترحة في اطار الاستراتيجية.

**أولاً: مقدمة عن الدول المختارة
وعرض الأنماط السياحية بها**

أولاً: مقدمة عن الدول المختارة وعرض الأنماط السياحية بها

في هذا الجزء سوف يتم استعراض مقدمة عن الدول العربية الإسلامية التي وقع عليها الاختيار ، كما سيتم عرض الأنماط السياحية بها مما يشكل قاعدة أساسية نحو وضع رؤية استراتيجية مقترحة لتحديد امكانيات التعاون فيما بينها لتنمية السياحة الدولية والبيئية.

وقد وقع الاختيار علي ثلاث دول وهي مصر، وتونس، والمغرب وفيما يلي سوف يتم أولا توضيح الاسس التي تم بناء عليها الاختيار، ثم تقديم عرض مفصل للأنماط السياحية لكل منها من اجل تشخيص الامكانيات السياحية الحالية، وكذا الواقع السياحي لكل منها، واخيرا سوف يتم لقاء الضوء علي ملامح عامة لاستراتيجيات التنمية السياحية في الدول الثلاث.

١. اسس اختيار الدول:

أ. الاعتبار الجغرافي، ووسائل النقل: يعتبر عامل الجوار الجغرافي احد اهم اعتبارات اختيار دول التكتل كمقصد اعظم حيث تقع الدول الثلاث في منطقة شمال افريقية مما يسهم في تقليل تكلفة الرحلة ومساقتها سواء بالنسبة للسياحة البيئية او الدولية خاصة ذات المسافة البعيدة long haul، وكذا بالنسبة للاسواق السياحية الجديدة المستهدفة في البحث الحالي والتي سوف يتم الحديث عنها لاحقا، يساعد ذلك في اماكن مد طرق المواصلات البرية والبحرية في حال الضرورة.

لما بالنسبة لوسائل النقل، فهناك طريق بري بين مصر و ليبيا و من ليبيا الي تونس ، كما ان هناك انتقالا طبيعيا بين تونس والمغرب عبر الحدود حيث ان اغلب السائحين المتنقلين بين البلدين يقومون بالتنقل بريا.^(*) وعلي مستوي النقل الجوي، يوجد خط القاهرة - تونس - تونس- القاهرة الجوي، وكذا خط القاهرة كازابلانكا - كازابلانكا

* تم الحصول علي هذه المعلومة من خلال اتصالات عبر الانترنت مع مواطنين من تونس والمغرب، كما تم الرجوع في ذلك الي :

TTI , Country reports, Tunisia, 2008, p.20.

القاهرة^(١)، توجد ايضا اتفاقيات تعاون في مجال النقل الجوي بين مصر وكل من المغرب وتونس^(٢)، حيث ان هناك اطلاقا للحريات الثالثة والرابعة للطيران، ومن المتوقع ايضا ان يتم اتخاذ اجراءات نحو التحرير الكامل للطيران مع المغرب بناء علي اقتراح مقدم من المغرب.^(٣) هناك ايضا اتفاقية تحالف استراتيجي تم عقده بين الشركة القابضة لمصر للطيران وبين الخطوط التونسية Tunis Air في ٢٩ اكتوبر ٢٠٠٦؛ حيث يتم التعاون بين الشركتين في مجالات محددة علي اساس تبادلتي هي:

أ- المشاركة بالرمز code share: وهوان يتم وضع كود شركة مسوقة لخط معين علي كود شركة مشغلة لهذا الخط مما يمنحها تواجدا افضل في السوق.

ب- اتفاق تعاون تجاري: تمنح اسعارا تفضيلية لراكبي كلتا المؤسستين كما يسمح بإمكان قبول المستندات مما يمكن السائح باستكمال بعض المقاطع داخل الرحلة السياحية من خلال لمكان يبيع كل شركة مستندات الشركة الاخرى مما يسهم في تسهيل حركة السياحة بين المقصدين التونسي والمصري.

ومن المتوقع قيام تحالف بين الشركة القابضة لمصر للطيران مع شركة الخطوط الملكية المغربية الا ان ذلك لم يدخل في حيز التنفيذ الفعلي بعد.

١- في مقابلة شخصية مع مدير التحالفات بشركة الخطوط الجوية مصر للطيران (٣١ مايو ٢٠١١) اتضح ان عدم تشغيل خط جوي اخر بين مصر للطيران وكل من الخطوط التونسية والمغربية بصورة منتظمة يعود الي ان الطيران المنتظم بصفة عامة يقوم بتشغيل الخطوط التي تضمن انها تجلب عائدا، ولكن من خلال امكان سياسة بيع المستندات المتبادلة بين الشركتين يمكن لشركة مصر للطيران مثلا القيام ببيع تذاكر لشركة الطيران التونسية لاستكمال الرحلة السياحية داخل تونس بحيث ينزل الراكب في النقطة الاساسية ثم يقوم بعمل رحلة connection للنقطة التي يقصدها.

٢- مقابلة شخصية مع مدير عام العلاقات الدولية بوزارة الطيران المدني المصري ، بتاريخ ٣١ مايو ٢٠١١

٣- اتصال تليفوني بالمسيد مدير عام الاتفاقات بسلطة الطيران المدني المصري ، بتاريخ ١٥ يوليو ٢٠١١

اما بالنسبة للمطارات فان المطارات المصرية مفتوحة امام الطيران المنتظم والعارض لجميع خطوط الطيران العربية دون تحديد لساعات الطيران فيما عدا مطار القاهرة، كما تسمح مصر بفتح مطارات الجذب السياحي امام رحلات الشارتر للمجموعات السياحية مثل شرم الشيخ والاقصر وذلك في طريق العودة من الرحلة السياحية التي يبلد السائح الاصيلي، ومن هنا فان السائح التونسي يمكنه العودة من اي مطار مصري الي مطار تونس (النقطة الاصلية)^(*)، كما تم فتح للنقل الجوي تاما بين تونس، والمغرب، هذا يعني أن لشركات طيران الدول الثلاث حرية الوصول إلى السماء الاخرى.⁽¹⁾

هناك تعاون ايضا بين مصر للطيران والناقلين الوطنيين التونسية والمغربية في مجالات الخدمات الارضية فبالنسبة للشركة التونسية توجد اتفاقية تعاون تبادلي في مجال الخدمات الارضية (خدمة كاملة علي اساس تبادلي بحيث تكون نفس الخدمات بنفس الاسعار وتضم خدمة الهبوط ، خدمة الركاب وذلك في مطارات القاهرة وتونس وجربة والاقصر. اما الخطوط المغربية فهناك خدمة هبوط فقط في مطارات القاهرة - كازابلانكا.

ومع اعادة هيكلة شركة الخطوط التونسية بنفس اسلوب هيكلة شركة مصر للطيران الي شركة قابضة وشركات تابعة فانه من المتوقع زيادة اشكال التعاون بينهما علي اساس ثنائي وليس تبادليا^(**) بحيث انه من الممكن الايتم الاتفاق علي نفس الخدمات ونفس الاسعار ومن الممكن زيادة هذه الخدمات من شركة مقابل الاخرى الا انه من المفترض ان يكون ذلك لصالح الركاب لان ذلك سوف يساعد علي تحرير الاسعار نحو الانخفاض ومزيد من جودة الخدمات وبالتالي زيادة حركة السياحة والسفر.

* اتصال تليفوني مع مدير عام الاتفاقيات الدولية بسلطة الطيران المدني المصري ، مرجع سابق.

١- فتح السماء المفتوحة أول السماء في تونس:

<http://maghrebinfo.actu-monde.com/ar/archives/article8029.html>,
accessed: Jul., 2011

** تم اعادة هيكلة الشركة فقد أصبحت اليوم الخطوط التونسية على رأس مجمع يضم سبع شركات (الخطوط التونسية للنقل الجوي، طيران السابع، الخطوط التونسية للخدمات الأرضية، الخطوط التونسية الفنية، التونسية للتموين، أماديوس والمركز التونسي لتدريب الطيارين على محاكي للطيران ATCT.

بدا الاعتبار الاقتصادية:

١- الاتفاق النسبي في الاهمية الاقتصادية للسياحة الي مجمل الناتج المحلي الاجمالي، ومدي اعتماد الاقتصاد علي السياحة كاحدي صادات الخدمات.

٢- تقارب معدل نموالناتج المحلي الاجمالي في الدول الثلاث فهوفي تونس ٤.٥ % و في المغرب ٥.٦ وفي مصر ٧.٢ % وفقا لبيانات عام ٢٠٠٨^(١)

٣- تتقارب متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي الاجمالي في تونس ومصر والمغرب وهي علي الترتيب ٤١٧٤ دولار امريكي، ٢٤٤٥ دولار امريكي، ٢٨٧٢ دولار امريكي وذلك لعام ٢٠٠٩^(٢).

٤- تقارب معدلات البطالة في كل من تونس والمغرب ومصر وفقا لبيانات ٢٠٠٩ وهي علي الترتيب ١٣.٣ %، ٩.١ %، ٩.٤ %، كما تعاني الدول الثلاث عجزا في موازنتها العامة بنسب متقاربة نسبيا الي اجمالي الناتج المحلي: ٣-، ٦.٩-، ٢.٤- في تونس ومصر والمغرب علي الترتيب مما يعني زيادة المصروفات عن الايرادات^(٣).

٥- تشابه البيئة الاقتصادية من حيث وجود برامج الاصلاح الاقتصادي، والتعديل الهيكلي، وتبني فلسفة اقتصاد السوق وتشجيع القطاع الخاص علي الاضطلاع بدوره في ادارة الاقتصاد بالمشاركة مع القطاع العام من خلال التوسع في عمليات الخصخصة عموما وفي القطاع السياحي خصوصا وذلك عبر ما تنتهجه حكومات الدول الثلاث من سياسات محفزة

1- The World Bank, The little Data Book Africa 2010, pp.74, 149,210.

٢- صندوق النقد العربي، تقرير الاقتصادي العربي الموحد. ٢٠١٠، التطورات الاقتصادية و الاجتماعية، ص ٢٢.

٣- صندوق النقد العربي، النشرة الاحصائية للدول العربية ٢٠١٠، ص ص ٣١٥، ٣٧٢.

للاستثمار الخاص. حيث لكدت دراسة أمنية عدلي ٢٠٠٠ ان النجاح الذي حققته كل من مصر وتونس سياحيا يعود الي زيادة حجم الاستثمارات السياحية وما انتهجته الحكومة المصرية والحكومة التونسية من سياسات محفزة للاستثمار الخاص السياحي خاصة علي مستوى التشريعات الضريبية.

كذلك اشارت دراسة Ben Naceur, Ghazouani, S. 2007 & Omran, M. الي ان برامج الخصخصة متبعة في كل من مصر وتونس والمغرب منذ اوائل التسعينيات، وقد اثبتت الدراسة كفاءة وإنتاجية وربحية التحول نحو القطاع الخاص خاصة الاستثمار الاجنبي مع اعطاء الاولوية لعدد من القطاعات من اهمها قطاع السياحة.

٦- تشترك الدول الثلاث في التوقيع علي اتفاقية تحرير تجارة الخدمات Gats، وفي ظل مشروع الاتفاقية العربية لتحرير تجارة الخدمات فان أهم ما تم مراعاته في إعداد هذه الاتفاقية وفي أحكامها العامة أن تتماشى الأحكام العامة والمبادئ للاتفاقية العربية مع تلك الواردة باتفاقية الجاتس، أي بما لا يشكل تناقضاً بالنسبة لهذه الدول الأعضاء اولئك التي هي بصدد الانضمام الي منظمة التجارة العالمية من الدول العربية الاسلامية الاخرى.^(١) وتتفق مصر والمغرب وتونس في التزاماتها بتحرير قطاعات المطاعم والفنادق ووكالات السياحة نظرا لانها مفتوحة للاستثمارات الاجنبية في الملكية والادارة حتي قبل الاتفاقية.^(٢)

١- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠٠٩، التعاون العربي في تحرير التجارة البينية في الخدمات في إطار منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى"، ص ص ٢٢٠-٢٢٢.

٢- صالح شعراوي، الجزء الثاني من دراسة السياحة العربية وتحرير تجارة الخدمات السياحية، مجلة المسئلة الاخبارية (جريدة العرب السياحية الالكترونية)،

<http://www.almasallanews.com/News-1528.html>, accessed : May, 2011

ج. الاعتبارات السياسية

١- هناك تشابه في الظروف السياسية غير المستقرة للدول وخاصة بعد أحداث ثورتي تونس ومصر ٢٠١١، بينما يمسود الهدوء المملكة المغربية، أما بالنسبة للنظم السياسية فإن كلا من مصر وتونس تتبع النظام الجمهوري ، بينما تتبع المملكة المغربية نظاما ملكيا دستوريا.

٢- توافق العلاقات السياسية والاقتصادية بين الدول الثلاث: حيث تتسم العلاقات بين مصر والمغرب وتونس بالفهم والتسويق المستمر (*) حيث ترتبط مع كل من تونس والمغرب بلجان تغطي مختلف مجالات التعاون الثنائي ومنها السياحة وتعتبر بمثابة منظومة شاملة تنظم العلاقات بين البلدين.. كما ان هناك تطابقا في وجهات النظر حول القضايا الإقليمية والدولية ذات الاهتمام المشترك، وينعكس ذلك في المواقف المتشابهة التي تتبناها الدول الثلاث تجاه مختلف القضايا ذات الاهتمام المشترك وتنسيق المواقف في مختلف المحافل الدولية والإقليمية بما يحقق مصالحها المشتركة.

د. الاعتبارات الثقافية: اللغة العربية هي اللغة الرسمية، كما ان الدين الإسلامي هو الدين الرسمي وفقا لسياسات الدول الثلاث.

هـ. الاعتبارات المتعلقة بالواقع السياحي للدول الثلاث وتتضمن هذه الاعتبارات العناصر التالية:

١- تم اختيار الدول الثلاث بناء على اقتراحات من بعض الخبراء السياحيين حول المقاصد السياحية العظمى التي يمكن ان تكون مصر طرفا فيها بما يحقق هدف الاستراتيجية المقترحة. (**)

* راجع : الهيئة العامة للاستعلامات المصرية، العلاقات المصرية المغربية :

http://www.sis.gov.eg/ar/LastPage.aspx?Category_ID=135, accessed: May, 2011.

الهيئة العامة للاستعلامات المصرية، العلاقات المصرية التونسية

http://www.sis.gov.eg/ar/LastPage.aspx?Category_ID=1672, accessed : May, 2011

** قامت الباحثة بالاستفسار عن امكان التعاون السياحي بين الدول الثلاث من خلال مقابلة شخصية مع وكيل وزارة السياحة للعلاقات الدولية ، كما قامت دراسة هيدوي صالح باقترح عدد من المقاصد التي من الممكن ان تشكل نكتلا سياحية بناء =

٢- أولوية السفر والسياحة، ومدي قبولها : اذ تتفق الدول الثلاث في اعتبار السياحة احدي اولويات التنمية بالمقارنة بالقطاعات الاخرى، كما تتفق معا في قبول السياحة واتجاهات السكان المحليين الايجابية تجاهها، وقد اشار لذلك جدول تنافسية السفر والسياحة عامي ٢٠١١، ٢٠٠٩^(١)

٣- تباين عناصر الجذب، وانماط السياحة مما يمنح فرصة تقديم برامج سياحية مميزة ومتنوعة، وهوما سوف يتم تناوله لاحقا.

٤- الاهمية النسبية لهذه المقاصد في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقية في حجم الحركة السياحية الوافدة اليها.^(٢)

٥- هناك اتفاق نسبي في الاسواق السياحية المصدرة الا ان هناك اختلافا في اهميتها النسبية لكل دولة من دول التعاون علي حدة مما يسمح باستفادة دول التعاون جميعا.

فبالنسبة للسياحة البينية سوف تستفيد مصر من الزيادة المتوقعة في اعداد السائحين الوافدين من المغرب وتونس وباقي دول شمال افريقية، كما سوف تستفيد تونس بزيادة اعداد السائحين الوافدين من دول الخليج والتي تعاني فيهم نقصا حادا، وكذا الحال بالنسبة للمغرب.^(٣)

= علي اراء عدد من الخبراء السياحيين ومنها للتكتل السياحي المقترح ، كما اقترحت دراسة صبري عبد السميع ٢٠٠٧ عددا من المقاصد العظمي منها المقصد المقترح، لمزيد من المعلومات راجع:

- هايدي صالح، " تسويق المقصد الأعظم كاتجاه سياحي حديث" رسالة دكتوراه غير منشورة - كلية السياحة والفنادق - طوان ، ٢٠٠٥، ص ٢٦١
- صبري عبد السميع، لتسويق السياحي والفندقي : اسس علمية وتجارب عربية، لقاهرة: المنظمة العربية للتنمية الادارية ، ٢٠٠٧، ص ص ٣١٩ - ٣٢٢.

كما اشارت احدي الحوارات الصحفية التي اجريت علي مواقع الاهرام www.ahram.org.eg للعدد ٤٣٩٣٠ بتاريخ ١٣ يوليو ٢٠٠٧ ان العلاقات السياحية بين مصر وتونس تحمل في طياتها عناصر للتكامل أكثر مما تحمله من عناصر التنافس كما تقول تصريحات المسؤولين التونسيين السابقين وعلي راسهم وزير السياحة التونسي، وزهير جرة وزير السياحة المصري.

* راجع الفصل الخامس، وذلك علي الرغم من ان مصر لم تحقق في جدول تنافسية السياحة والسفر ٢٠١١ لية مزليا تنافسية .

** راجع الفصل الثاني.

*** سوف يتم توضيح ذلك بالتفصيل لاحقا في عرض الواقع السياحي للدول الثلاث.

اما بالنسبة للسياحة الدولية فمن المتوقع ان تستفيد الدول الثلاث بشرائح سوقية جديدة خاصة من المسلمين غير العرب (أوروبيين - امريكيين - دول روسيا الاتحادية)، وكذا من شريحة محبي التراث والثقافة، من الأوروبيين والأمريكيين والذين يمثلون جزء من الأسواق الرئيسية المصدرة للسياحة في الدول الثلاث بما يضمن استفادة جميع اطراف التعاون خاصة في ظل الانماط السياحية المزمع تميمتها في اطار الرؤية الاستراتيجية المقترحة لتنمية السياحة الدولية (وهما نمط السياحة الثقافية " التراث الاسلامي " ونمط السياحة الاسلامية).

٦- صيغ التعاون السياحية المبرمة بالفعل بين الدول محل البحث: تم

ابرام عدد من اتفاقات التعاون السياحي الثنائية بين دول التعاون

وعدد من البرامج التنفيذية وبروتوكولات التعاون وتتمثل في :

- اتفاقية تعاون سياحي بين تونس والمغرب ٧ أبريل ٢٠٠٩.
- برنامج تنفيذي للتعاون السياحي بين تونس ومصر للفترة (٢٠١٠-٢٠١٣) تم توقيعه بتاريخ ٣٠ يونيو ٢٠٠٧ .
- مشروع برنامج تنفيذي بين جمهورية مصر العربية والمملكة المغربية للفترة (٢٠٠٦-٢٠٠٨).
- برنامج تنفيذي للتعاون السياحي بين تونس والمغرب (٢٠٠٧-٢٠٠٩)^(١) تم توقيعه بتاريخ سبتمبر ٢٠٠٦.
- اتفاقية تنفيذ بروتوكول تعاون سياحي بين تونس والمغرب تم توقيعه في ابريل ٢٠١٠.^(٢)

وقد اتضح من معاينة هذه الصيغ المختلفة للتعاون ان المعيار الذي يتم تقرير شكل التعاون المتفق عليه هو رغبة واحتياج كل دولة من اطراف التعاون لشكل معين من اشكال التعاون السابق ذكرها،

١- وزارة السياحة التونسية :

www.tourisme.gov.tn, accessed: Apr., 2011.

٢- توقيع اتفاقية تعاون ترويجي سياحي بين المغرب وتونس، جريدة المسلة الاخبارية : جريدة العرب الالكترونية،:

<http://www.almasallanews.com/News-2532.html>, accessed: May, 2011.

وقد تقوم بعض القنصليات والمكاتب السياحية الخارجية بالخارج بترشيح احد اشكال التعاون مع دولة معينة لوزارة السياحة بناء علي مردوده الملحوظ علي صناعة السياحة، مثال : قيام السفارة المصرية بترشيح ضرورة استفادة مصر بتجربة تونس في السياحة العلاجية، كما قد تطلب أحدي الدول عقد لجنة لوضع البرنامج التنفيذي وقد لا تطلب وفقا لاحتياجها. (*)

٧- اتفاق اهداف المنظمة السياحية الحكومية في الدول الثلاث. (**)

تتمثل المنظمات السياحية في الدول الثلاث في وزارات للسياحة
وهي الجهاز الرسمي والرئيسي الذي يخطط وينظم
السياحة، ويتلخص لوجه الاتفاق فيما بين اهدافها في العناصر
التالية:

١. قيام المنظمات الثلاث علي استهداف تحقيق للتنمية السياحية، وتعزيز مكانة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني.
٢. تطوير برامج التعاون الدولي مثل عقد الاتفاقيات الدولية ودعم العلاقات مع الهيئات الدولية والإقليمية وفقا لأحكام القوانين السارية وتحسين الصلات والعلاقات مع المنظمات والهيئات الدولية .

* بصورة عامة جميع الاشكال السابق ذكرها هي صيغ للتعاون بين الدول ويتم توقيعهما اما علي مستوي الوزراء او علي، اما الفرق بين الاتفاقية ومذكرة التفاهم ان الاولى تحتاج الي تصديق من مجلس الشعب لخروجها كصيغة اتفاق اما الثانية فلا تحتاج لذلك اما البروتوكول يتضمن تفاصيل اكثر في الاطار العام للتعاون، اما البرنامج التنفيذي فهو تحديد الخطوات واليات تنفيذ الاتفاقية او مذكرة التفاهم، وقد اشارت الي ذلك مدير عام العلاقات الدولية في مقابلة شخصية اجرتها معها الباحثة بتاريخ ١٢ مايو ٢٠١١ .

** راجع المواقع الرسمية للدول الثلاث علي الانترنت :

www.tourism.gov.eg , op.cit

www.tourisme.gov.tn , op.cit

www.tourisme.gov.ma/index_ar.htm , op.cit

٣. القيام بكل الدراسات والبحوث الخاصة بالسياحة والترفيه السياحي؛ بالإضافة الي جمع ومعالجة ونشر كل المعلومات التي من شأنها أن تفيد القطاع السياحي.
٤. اعداد السياسة السياحية العامة والاشراف والرقابة على الخدمات السياحية وإلتزام المنشآت الفندقية والسياحية بالمواصفات والشروط التي تحددها الوزارة بالإضافة الي اقتراح التشريعات السياحية.
٥. إعداد الخطط والبرامج لتنمية وتطوير الكفاءة الفنية والإدارية فى مختلف المنشآت والمهن السياحية.
٦. تخطيط الإعلام السياحي وتوفير المعلومات للمهتمين بالحركة السياحية العالمية.
٧. تنمية المناطق السياحية وجذب المستثمرين محليين واجانب.
٨. مواصلة تنفيذ السياسات السياحية القائمة لما لها من نتائج ايجابية اقتصاديا مع ادخال انماط سياحية جديدة في اطار مبدا الاستدامة.
- ٨- اتفاق المغرب وتونس ومصر في بعض القواعد المتعلقة بتأثيرات الدخول^(*) ويتمثل هذا الاتفاق في امكن دخول مواطني دول مجلس التعاون الخليجي بدون تأشيرة دخول الي اراضيها، مما يشير الي رغبة الدول الثلاث في تنمية السياحة البنية.

* تم في هذا الجزء الرجوع الي:

المملكة المغربية، وزارة الشؤون الخارجية والتعاون، تأشيرة الدخول الي المغرب :

www.maec.gov.ma/arabe/guide/...visasar.htm, accessed: May, 2011.

وزارة الداخلية المصرية، مصلحة الجوازات والهجرة والجنسية:

تأشيرات دخول البلاد:

www.moiegypt.gov.eg/Arabic/Departments/...Visa, accessed: May, 2011

موقع الهيئة المصرية العامة للمعارض والمؤتمرات:

<http://www.cairofair.com/ar/index.php?id=80>, accessed: Apr 2011.

تأشيرات للدخول والسياحة:

www.egypty.com/ahaleena/visa/index.htm, accessed: Apr, 2011

التأشيرة السياحية قصيرة الاجل:

<http://www.tunisia.org.ua/ae/travelling/visa/>, accessed May, 2011

٢. الانماط السياحية والواقع السياحي بالدول المغتارة^(١)

أولاً: مصر

١- مقدمة عامة عن الدولة. (٢)

العاصمة: القاهرة

اللغة الرسمية: اللغة العربية (وتستخدم كل من اللغة الانجليزية والفرنسية في بعض مجالات العمل).

نظام الحكم: جمهوري.

الديانة: ٩٤% مسلمون سنة، والباقي مسيحيون.

وحدة العملة الوطنية: الجنيه المصري.

الموقع الجغرافي والمناخ: تقع جمهورية مصر العربية في الشمال الشرقي لإفريقيا والجنوب الغربي لآسيا، وتحدها من الغرب ليبيا، ومن الجنوب السودان، وهي تطل على أربعة حدود مائية هي: البحر المتوسط، وخليج السويس، وخليج العقبة، والبحر الأحمر.

ويقع الجزء الأكبر من البلاد ضمن الشريط الصحراوي الممتد من الشرق الأوسط حتى الساحل المطل على المحيط الأطلنطي. وبحكم طبيعتها الجيولوجية، تنقسم مصر إلى أربع مناطق هي: منطقة نهر النيل، الصحراء الغربية، الصحراء الشرقية، شبه جزيرة سيناء.

١- قام بتنفيذ الخرائط أحد المتخصصين في نظم المعلومات الجغرافية (GIS).

• كافة المقدمات العامة عن الدول المختارة تم الاستعانة فيها بالمراجع التالية :

• جمهورية مصر العربية، وزارة التربية والتعليم، الأطلس العربي، ١٩٩٠-١٩٩١،
ص ص ٤٤، ٤١، ٤٨.

• مركز الأبحاث الاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (Sesric)، بلدان منظمة المؤتمر الإسلامي في ارقام :

<http://www.sesric.org/oic-member-countries-ar.php>, accessed: May, 2011.

• Central Intelligence Agency, the world fact book,
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook>, accessed:
May, 2011.

• TTI, Country reports.

• www.wikipedia.org, accessed: April, 2011.

ويمثل نهر النيل المورد الطبيعي الرئيسي وهو يستخدم لأغراض الملاحة والري .

يتميز الصيف (من مايوالي سبتمبر) بالحرارة والجفاف بينما يتميز الشتاء بالاعتدال. وتهطل معظم الأمطار خلال فصل الشتاء.

بدانماط السياحة^(١) في مصر:

أولاً: السياحة الترفيهية الشاطئية:

يقصد نسبة كبيرة جداً من الزائرين المدن الشاطئية بحثاً عن الترفيه والاستجمام وذلك بفضل ما تتمتع به مصر من شواطئ خلابة (في مدينة الاسكندرية ومنطقة الساحل الشمالى (التابعة لمحافظة مطروح) ، وتشمل نحو نصف ساحل مصر علي البحر المتوسط، وتوجد بالمحافظة عدد كبير من القرى السياحية من أشهرها مرقيا ومنتجع مارينا العلمين.

أما بالنسبة لمنطقة البحر الأحمر، جنوب سيناء، شمال سيناء، فتعد مقاصد مميزة للكثير من السائحين من مختلف أنحاء العالم للاستجمام والاستمتاع بطبيعة سيناء حيث الجبال تعانق البحر الأحمر في مشاهد خلابة، وتوجد في سيناء والبحر الأحمر عدة منتجعات ومدن سياحية أهمها شرم الشيخ، الغردقة، دهب، الجونة، رأس سدر، نويبع، طابا، مرسى علم.

ثانياً: السياحة الثقافية:

السياحة الثقافية هي أشهر وأقدم الأنماط السياحية التى عرفتھا مصر وذلك بفضل ما خلفته الحضارات المتعاقبة عليها من فرعونية ويونانية وقبطية وإسلامية وتتنوع مراكز السياحة الثقافية في مدن ومحافظة وإقاليم مصر المختلفة كما يلي:

• في استعراض لانماط السياحة في مصر تم الاستعانة بالمراجع التالية :

١- الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي :

<http://www.egypt.travel>, accessed: Mar., 2011.

٢- وزارة السياحة المصرية :

<http://www.tourism.gov.eg/default.aspx>, accessed: Mar, 2011.

3- TTI, country reports, Egypt, 2004, 2008.

4- www.wikipedia.org.

القاهرة والجيزة: يوجد بها سد للكفارة - مدينة أون - منطقة

الأهرامات - منطقة سقارة - منطقة دهشور بخلاف المتحف المصري والقرية الفرعونية، ومتحف الفن الاسلامي والمتحف القبطي، ويطلق علي القاهرة مدينة الالف مؤذنة حيث يوجد بها مسجد عمرو بن العاص، الحسين، الأزهر، مسجد محمد علي، قلعة صلاح الدين الأيوبي، وجامع ابن طولون وقصر الامير طاز وجامع المؤيد شيخ يوجد ايضا المتحف الحربي بالقلعة، قصر محمد علي، وجامع القاضي يحيى زين الدين ومتحف الشمع بحلوان، كما يوجد ايضا شارع المعز لدين الله الذي يعد أكبر متحف مفتوح للآثار الإسلامية في العالم^(*) وهو يقع في منطقة الأزهر بالقاهرة الفاطمية، وقد تم الانتهاء من ترميمه وافتتاحه فبراير ٢٠١٠، أهم معالمه مجموعة قلاوون بالحناسين ومجموعة السلطان الغوري، وقصر الامير بشتاك وباب النصر والفتوح وسور القاهرة بينهما والمدرسة الكاملية، كذلك متحف النسيج الإسلامي بسبيل محمد علي بالحناسين وجامع وسبيل وكتاب سليمان أغا السلحدار والمدرسة الأشرفية، وقد تم استخدام أحدث أنماط التكنولوجيا في فن الإضاءة .

وتوجد في القاهرة عدد من الآثار القبطية مثل الكنيسة المعلقة، كنيسة قصرية الريحان، كنيسة القديسة باربارة، كنيسة ماري جرجس، كنيسة أبى سرجة، كنيسة القديس مارقريوس أبوسيفين بخلاف المتحف القبطي.

الإسكندرية: يوجد بها عامود السوارى - المسرح الروماني - الحمامات الرومانية - معبد الرأس السوداء - مقبرة كوم الشقافة - متحف الاسكندرية القومي، متحف المجوهرات الملكية، المتحف اليوناني الروماني، بخلاف مكتبة الاسكندرية، قلعة قايتباى، وميدان المساجد الذي يضم مسجد المرسى أبى العباس، مسجد البوصيرى، سيدي ياقوت العرش يوجد ايضا متحف الفنون الجميلة متحف محمود سعيد.

* تم تسجيل القاهرة على قائمة التراث العالمى باليونسكو عام ١٩٧٩، كما انطلق مشروع ترميم المباني التي تضررت جراء زلزال ١٩٩٢ وذلك عام ١٩٩٨ وكان على مرحلتين حيث شملت المرحلة الأولى منه والتي تمت في ٦٠٠ مترا منه بدأ من باب الفتوح وانتهاءا بمجموعة قلاوون وتم تغيير شبكة المرافق بالكامل .

وفي محافظة البحيرة توجد مدينة رشيد الأثرية وجد بها حجر رشيد الذي وجده أحد ضباط الحملة الفرنسية، وفي رشيد أيضا عدد كبير من الآثار ومنها مسجد زغول ومسجد أبو مندور وطاحونة أبوشاهين وحمام عزوز وغيرها.

توجد أيضا منطقة العلمين التي توجد بها مقابر الحرب العالمية الثانية والتي جرت أحد أهم معاركها في منطقة العلمين بين قوات الحلفاء وقوات المحور.

الفيوم: تضم عددا من الآثار من أهمها: هرم اللاهون، هرم هواره، قاعدة هرم لمنمحات، مسلة سنوسرت، مدينة ماضى ومعظمها يرجع إلى الأسرة ١٢ وبها اطلال لمدن وقصور منها مدينة كرانيس الأثرية كوم التل، ديمية السباع قصر قارون، مدينة أم البريمات، قصر الصاغة، توجد آثار دير العزب ديموشيه الذي تم إنشاؤه فى العصر الرومانى ودير رئيس الملائكة (غبريال) بجبل النفلون ويرجع إلى القرن الثالث الميلادى.

منطقة الواحات:

واحة الخارجة وتضم: معبد هيبس -مقابر البجوات القبوات - معبد القويطة - معبد الريان، قصر الدين.

واحة الداخلة: وتشمل مناطق: موط - بشندي -مقابر المذوقة - قرية بلاط الإسلامية - قرية بلاط الفرعونية - معبد دير الحجر - قرية القصر الإسلامية.

واحة سيوة: بها معبد جوبيتر آمون، معبد الخزينة، جبل الموتى، معبد التنبؤات .

الواحات البحرية: تضم عددا من الآثار الفرعونية والرومانية- واحة باريس وتضم معبد دوش-واحة الفرافرة ويوجد بها قصر الفرافرة وقصر أبو منقارة. كما توجد أيضا اديرة وادي النطرون، وفي هذه المنطقة تم إحياء هذا المسار والذي أصبح واحدا من المعالم السياحية الدينية الهامة فى مصر.

الأقصر: يوجد بها معبد الكرنك، معبد الأقصر - معبد هابو - وادى الملوك - وادى الملكات - متحف التحنيط بالأقصر، معبد الدير البحرى.

أسوان: معابد أبي سمبل احد مواقع التراث العالمي المسجل في اليونسكو وهما معبدان بناهما رمسيس الثاني أشهر فراعنة مصر بين عامى ١٢٩٠ و ١٢٢٣ ق م . ويعتبر هذان المعبدان من المعجزات المعمارية فقد تم نحتهما بالكامل داخل الجبل وهما: معبد أبى سمبل الكبير - معبد أبى سمبل الصغير، هناك ايضا جزيرة فيلة - جزيرة النباتات، متحف اسوان.

وفى شمال سيناء: توجد آثار العريش والشيخ زويد، وفى رفح توجد قلاع الطريق الأوسط قلعة نخل. وفى جنوب سيناء: توجد قلعة الجندي، قلعة نويبع، قلعة صلاح الدين ودير سانت كاترين.

ثالثا: السياحة العلاجية:

وتتعدد المناطق السياحية التى تتمتع بميزة السياحة العلاجية فى مصر وهى مناطق ذات شهرة تاريخية عريقة مثل: عيون ابوالسعود بالقاهرة، عيون حلوان، عين الصيرة، العين السخنة، الغرقفة، الفيوم، منطقة عيون ام الصغير، وعيون البحيرات الطبيعية بمنطقة القطارة منطقة الواحات، أسوان، سيناء^(١)، وأخيرا مدينة سفاجا فى منطقة البحر الأحمر والتى تشتهر برمالها السوداء التى تساعد فى الشفاء من بعض الأمراض الجلدية.^(٢)

وقد تم افتتاح عدد من الفنادق البيئية فى واحة سيوة كما يجرى الآن إنشاء مركز طبي للاستشفاء قائم على العلاج باستخدام العناصر الطبيعية للبيئة بالواحة.

رابعا: السياحة البيئية:

تتمتع مصر بمقومات السياحة البيئية حيث تتعدد فيها المحميات الطبيعية مثل: محمية رأس محمد وجزيرتي نيران وصنافير بمحافظة

١- محمد ابراهيم عراقي وآخرون، " السياحة العلاجية فى مصر: دراسة تحليلية بالتطبيق على منطقة سفاجا بالبحر الاحمر"، مجلة البحوث السياحية، يونيو ٢٠٠٨، ص ص ٢١، ٢٠.

٢- محمود السيد احمد السيد، السياحة للعلاجية فى مصر: دراسة تحليلية بالتطبيق على منطقة سفاجا"، نفس المرجع السابق، ص ٦٦.

جنوب سيناء- محمية الزرانيق والبردويل بمحافظة شمال سيناء- منطقة
الأحراش الساحلية برفح بمحافظة شمال سيناء- محميات علبة الطبيعية
بمحافظة البحر الأحمر- محمية العميد الطبيعية بمحافظة مطروح.
- محمية جزيرتي سالوجا وغزال والجزر الصغيرة بينهما (الشلال
الأول) بمحافظة أسوان محمية أشتوم الجميل وجزيرة تنيس بمحافظة بور
سعيد- محمية سانت كاترين بمحافظة جنوب سيناء- محمية وادي العلاقي
بمحافظة أسوان - محمية الغابة المتحجرة بالمعادي بمحافظة القاهرة-
محمية الوادي الأسبوطي بمحافظة أسيوط - محمية وادي الريان بمحافظة
الفيوم - محمية بركة قارون بمحافظة الفيوم-محمية قبة الحسنة بمحافظة
الجيزة - محمية كهف وادي سنور بمحافظة بني سويف - محمية نبق
بمحافظة جنوب سيناء - محمية أبوجالوم بمحافظة جنوب سيناء- محمية
طابا بمحافظة جنوب سيناء-محمية البرلس بمحافظة كفر الشيخ -
محميات جزر نهر النيل بالمحافظات المختلفة - محمية وادي دجلة
بمحافظة القاهرة - محمية سيوه الطبيعية بمحافظة مطروح - محمية
الصحراء البيضاء الطبيعية بمحافظة الوادي الجديد- محمية وادي
الجمال- حماطة- محمية الجزر الشمالية للبحر الأحمر- محمية الجلف
الكبير- محمية الدبابية.

خامسا: سياحة المهرجانات:

تعد سياحة المهرجانات أحد الانماط السياحية الهامة التي تسهم في
تنويع المنتج السياحي المصري، وتنفرد مصر بإقامة العديد من
المهرجانات من أهمها المهرجانات الرياضية مثل: المهرجان الدولي
لصيد الأسماك في بورسعيد، المهرجان الدولي الأول للفروسية، سباق
ماراثون مصر الدولي الثالث بالأقصر، سباق السدراجات سباق رالى
للفراعنة، بطولة الأهرام الدولية للإسكواش.

كما تقيم مصر عددا من مهرجانات الفنون مثل: مهرجان القاهرة
السينمائي الدولي في ديسمبر، المهرجان الدولي للأفلام التسجيلية،
مهرجان الإسماعيلية للفنون الشعبية، المهرجان الدولي للمسرح التجريبي،
مهرجان الإسكندرية السينمائي الدولي، مهرجان تعامد الشمس لمعبد ابي

سميل بفرابر، الاحتفال السنوى لإكتشاف مقبرة توت عنخ أمون بالإقصر، مهرجان الأغنية الدولي الثالث كذلك تقام في مصر عدد من المعارض الدولية مثل معرض القاهرة الدولي للكتاب في فبراير:

سادساً: سياحة اليخوت:

تم إنشاء مرسى يخوت عالمى بمنطقة مارينا بالساحل الشمالى كما تم إنشاء (١١) مارينا فى مناطق سياحية مختلفة مثل الجونة وبورت غالب ومرسى علم وتم وضع حجر الأساس لمارينا أخرى بمنطقة العين السخنة على خليج السويس.

سابعاً: السياحة النيلية:

يشق نهر النيل طريقه من جنوب مصر الى شمالها في مصبه على البحر المتوسط وبعد احد اهم عناصر الجذب السياحي اذ تتوفر رحلات نيلية من القاهرة الي اسوان يمكنها ان توفر للسائح قدرا كبيرا من المتعة والترفيه.

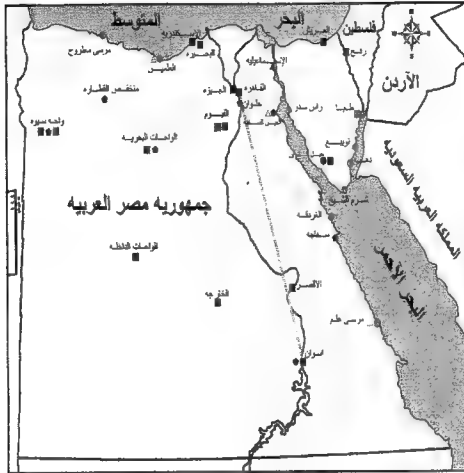
ثامناً: سياحة التسوق:

يوجد اسواق المنتجات التقليدية مثل خان الخليلى حيث المنتجات التذكارية المميزة، قرية الحرائية، حيث يتم تصنيع السجاد اليدوي العالى الجودة والمشهور في الخارج وكذلك الملابس التقليدية، كذلك توجد عدد من المراكز التجارية الكبرى في المدن السياحية المختلفة، اذ ساعد ظهور مراكز تسوق جديدة وكبيرة على نمو هذا النمط من السياحة فى مصر واستقطاب أعداد متزايدة من السائحين. وأصبحت مصر تحتل موقعا متميزا فى قطاع سياحة التسوق فى المنطقة، حيث أصبح العديد من السائحين (وخاصة من الدول العربية الاسلامية) يختارون مصر لقضاء عطلاتهم فيها بغرض التسوق، كما يحرص معظم المستثمرين الذين يقومون بتنفيذ مشروعات التنمية المتكاملة التى تقام فى المقاصد السياحية المصرية على أن تدرج ضمن مشروعاتهم مراكز تجارية للتسوق.

تاسعاً: سياحة السفارى:

ويمكن لعاشقى هذا النمط من السياحة ممارسته فى صحراء سيناء (جبل موسى - جبل سانت كاترين)، والواحات الداخلة والخارجة الزاخرة بالآثار والعيون المائية والآبار، والعين السخنة.

خريطة توضح أنماط السياحة في مصر



0 0.5 1 2 3 4 Meters

	حلوة سياحية
	مسيحة نيلية
■	مسيحة بينية
●	مسيحة السفاري
◆	مسيحة علاجية
•	مسيحة الليفوت
■	مسيحة ثقافية
●	مسيحة ترفيهية
▲	مسيحة المهرجانات

شكل رقم (١)

ج. الواقع السياحي في مصر:

فيما يلي يتم استعراض الاسواق الرئيسية المصدرة للسياحة الدولية الي مصر كتعبير عن جانب الطلب السياحي الحالي، كذلك يتم التعرف علي حجم الطاقة الفندقية في مصر وامكانيات الوصول.

• الاسواق السياحية الرئيسية:

تعتبر السياحة الوافدة من اوربا في مقدمة الاسواق المصدرة الي مصر بنسبة تقدر بحوالي ٧٦%، تليها السياحة الوافدة من دول الشرق الاوسط (الدول العربية الاسلامية ماعدا دول شمال افريقية)، والتي تمثل حوالي ١٢%، ثم السياحة الاسيوية بنسبة ٥% خاصة القادمين من روسيا، ثم السياحة الوافدة من الامريكتين بنسبة ٤% تليها السياحة الوافدة من الدول الافريقية بنسبة ٣%، ويتضح ذلك من الجدول (٢٦) ، كما يوضح جدول (٢٧) الاسواق العشرة الاولى مرتبة تنازليا وفقا لاحصاءات وزارة السياحة المصرية ٢٠١٠.

جدول (٢٦): عدد السائحين الدوليين الوافدين الي مصر

وفقا للمناطق السياحية الرئيسية ٢٠١٠

الاسواق المصدرة	عدد السائحين	النسبة من اجمالي اعداد السائحين %
الاوروبية	١١١٧٦٩٢٣	٧٦
الشرق الاوسط	١٧٦١٢٤٥	١٢
الاسيوية	٧٠٣٢١٠	٥
الامريكية	٥٦٣٣٦٥	٣.٨
الافريقية	٤٩١٤١٦	٣
اخرى	٣٤٦٥٤	٠.٢
الاجمالي	١٤٧٣٠٨١٣	١٠٠

المصدر : وزارة السياحة المصرية، السياحة، التقرير الاحصائي لعام ٢٠١٠، مرجع سابق.

جول (٢٧): الاسواق العشرة الاولى ٢٠١٠

الدولة	عدد السائحين	النسبة من اجمالي الاسواق العشرة %
روسيا	٢.٨٥٥.٧٢٣	٢٩.٨
بريطانيا	١.٤٥٥.٩٠٦	١٥.٢
المانيا	١.٣٢٨.٩٦٠	١٣.٩
ايطاليا	١.١٤٤.٣٨٤	١١.٩
بولندا	٥٩٣.٥٩٦	٦.٢
فرنسا	٥٩٩.٣٦٣	٦.٣
ليبيا	٤٥١.٠٦٨	٤.٧
السعودية	٣٧٤.٩٤٦	٣.٩
اوكرانيا	٤١٢.١٣٣	٤.٣
الولايات المتحدة	٣٦١.٥٢٣	٣.٨
الاجمالي	٩.٥٧٧.٦٠٢	١٠٠
اجمالي عدد السائحين خلال ٢٠١٠	١٤.٧٣٠.٨١٣	نسبة العشرة الاوائل الي اجمالي السائحين ٦٥%

المصدر : وزارة السياحة المصرية، التقرير الاحصالي لعام ٢٠١٠، مرجع سابق.

يتضح ايضا من الجدول (٢٨): ان اعداد السائحين الوافدين من ليبيا (كاحدي دول شمال افريقية) تمثل حوالي ٢١.٦% من اجمالي اعداد السائحين الوافدين الي مصر من الدول العربية الاسلامية بصورة عامة، بينما يتضح انخفاض اعداد السائحين الوافدين الي مصر من المغرب وتونس بما لا يزيد عن ٥% من اجمالي السياحة الوافدة من الدول العربية الاسلامية.

كما تأتي المملكة العربية السعودية في المركز الثاني بعد ليبيا في اعداد السائحين الوافدين الي مصر من الدول العربية الاسلامية عموما بنسبة ١٧.٩ %، ثم تأتي الكويت كثاني اهم دولة في منطقة الخليج العربي تصديرا للسائحين الي مصر بنسبة ٦.٩%، كما تمثل فلسطين و الاردن نسبة ٨.٢%، ٨.٥% من اجمالي اعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الاسلامية الي مصر وذلك علي الترتيب.

جدول (٢٨): عدد السائحين الوافدين الى مصر

من الدول العربية الاسلامية حسب الجنسية ٢٠١٠

الجنسية	عدد السائحين (بالالف)	النسبة الى اجمالي السائحين الوافدين من الدول العربية الاسلامية %
ليبيا	٤٥١٠٦٨	٢١.٦
السعودية	٣٧٤٩٤٦	١٧.٩
المودان	١٨٩٧٣١	٩.١
فلسطين	١٧٧٣٣٣	٨.٥
الاردن	١٧١٢١٧	٨.٢
الكويت	١٤٥٤٠٢	٦.٩
سوريا	١١٥٦٥٧	٥.٥
اليمن	٩٢٣٨٨	٤.٤
المغرب	٥٧٥٩١	٢.٨
الامارات	٥٣٨١٥	٢.٦
تونس	٤٩٠٣٣	٢.٣
العراق	٣٨٤٣٢	١.٨
قطر	٢٤٧٨٧	١.٢
الجزائر	٢٢٧٨٢	١.١
عمان	٢٠٤٣٥	٠.١
البحرين	٢٠٢٩٠	٠.١
لبنان	٧٥٤٧٥	٣.٦
الصومال	٦٣٥٠	٠.٣٠
جيبوتي	٢٥٤٥	٠.١٢
موريتانيا	٢٠٠٨	٠.١
جزر القمر	٨٧٧	٠.٠٤
المجموع	٢٠٩٢١٦٢	١٠٠

المصدر: وزارة السياحة المصرية، التقرير الاحصائي لعام ٢٠١٠، مرجع سابق .

ويتركز موسم الذروة لدى السائحين الامريكيين ، والاوروبيين ، وخاصة البريطانيين والفرنسيين والاطاليين في فصل الشتاء، ويرجع ذلك الي الدفاء النسبي الذي يتسم به مناخ مصر شتاء حيث تجتذبهم الغردقة وشرم الشيخ اذ تصل درجات الحرارة فيها الي ٢٠ درجة مئوية في فصل الشتاء، كذلك يمثل شهر رمضان وعيد الفطر موسما للزوارح السياحي بالنسبة للسائحين الوافدين من الدول العربية الاسلاميه، وايضا شهوور الصيف يوليو واغسطس.

• الطاقة الفندقية:(١)

تتوزع فئات الفنادق المصرية بين فنادق فئة ٥ نجوم بلغ عددها وفقا لبيانات ٢٠٠٩ حوالي ٣٥٧ فندقا منها ١٥٣ فندقا ثابتا وحوالي ٢٠٤ فندق عائم.

اما فنادق فئة ٤ نجوم فيبلغ عددها ٢٥٣ فندقا منها ٢٠٤ فندقا ثابتا وحوالي ٤٩ فندقا عائما.

فنادق فئة ٣ نجوم ويبلغ عددها حوالي ٣١٦ فندقا منها ٣٠٤ فندقا ثابتا و١٢ فندق عائم.

هناك ايضا فنادق نجمتين عددها ٢٠٥ فندق ثابت و٣ فندق عائم، وفنادق فئة نجمة واحدة وعددها ١١٦ فندق ثابت. هذا بخلاف وجود ٢٠٨ فندق تحت التقييم منها ١٩ فندقا عائما، ١٨٩ فندقا ثابتا، ليصبح اجمالي عدد الفنادق العاملة في مصر بمختلف فئاتها حوالي ١٤٥٨ فندقا بطاقة تقدر بحوالي ٢١٤٥٣٣ غرفة فندقية بطاقة ٤٢٩٠٦٦ سرير

كما ان هناك فنادق تحت الانشاء عددها حوالي ٦٣٩ فندقا منها ٦٠٣ فندق ثابت، وحوالي ٣٦ فندق عائم بطاقة ١٩٩٩٦٥ غرفة، وحوالي ٣٩٩٩٣٠ سرير.

• طرق الوصول والانتقال الي مصر:

- النقل الجوي: يصل عدد المطارات في مصر ٢٣ مطارا^(٢) (المدنية والمدنية العسكرية)، ومن اهم المطارات القاهرة وشرم الشيخ

١- وزارة السياحة المصرية، الطاقة الايوائية للفندقية ٢٠٠٩/١٢/٣١.

٢- تم الحصول علي هذه المعلومة في اتصال هاتفي مع مدير عام الاتقالات الدولية بسلطة الطيران المدني بتاريخ ١٥ اغسطس ٢٠١١

والاقصر. وقد تمت توسعة مطار القاهرة ليتسع لما يقارب ١١ مليون مسافر سنويا ويستقبل مطار القاهرة الجوي نصف حركة الملاحة الجوية البوافة الي مصر، ويوجد ايضا مطارات الغردقة اسوان، ابوسمبل، الاسكندرية، وبرج العرب، اسبوط، العريش، طابا، الوادي الجديد، سانت كاترين، الدخلة، الطور.^(١)

وتعد شركة مصر للطيران^(٢) الناقل الرسمي التي تملكها الحكومة المصرية ولديها خطوط تمتد الي عدد كبير من المدن في افريقيا وامريكا الشمالية واوروبا واسيا بخلاف الشرق الاوسط ودول الخليج، ومنذ عام ٢٠٠٨ تم انضمام مصر للطيران لتحالف ستار Star Alliance حيث منحها ذلك امكانية وجودها على المستوى الدولي، وتوفير مكاتب بيع لها وانتشار العلامة التجارية الخاصة بمصر للطيران ضمن مجموعة تحالف ستار^(٣) خاصة انه لامجال لاستمرار ناقل جوى يعمل منفردا فى ظل المنافسة الشرسة فى صناعة النقل الجوى. توجد ايضا عدد من الشركات المصرية الخاصة التي تقوم بتشغيل خطوط لرحلات الطيران المنتظم والعارض ومنخفض التكلفة.^(٤)

- **السكك الحديدية والطرق البرية:** تمتد داخل مصر شبكة للنقل بالسكك الحديدية بطول ٥٠٠٠ كم تقريبا، كما تمتد بداخلها شبكة للطرق البرية بطول ٩٢٣٧٠ كم.

١- سمر كامل احمد سعد، استخدام نظام ال BOT كوسيلة لتدعيم البنية الأساسية للنقل الجوى : دراسة تطبيقية على مطار مرسى علم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس، ٢٠٠٣، ص ص ٧٨ - ٩١.

* تعتبر شركة مصر للطيران شركة قابضة بشركات تابعة هي شركة الخدمات الارضية، شركة الخطوط الجوية، شركة الصناعات التكميلية، شركة الخدمات الجوية، شركة مصر للطيران اكسپريس، شركة للشحن الجوي، شركة للخدمات الطبية، وشركة للصيانة.

٢- لا يتعارض هذا التحالف مع اي اتفاق ثنائي بين مصر للطيران واي شركة خطوط جوية الا في حال انضمام الشركة الاخرى لتحالف منافس مثلما هو الحال مع الملكية الاردنية المنضمة لتحالف one world مما لا يسمح بعدم وجود اية اتفاقية تعاون بينها وبين شركة مصر للطيران .

* من اهم هذه الشركات : شركة الاسكندرية للطيران، الشركة العربية، الشركة المصرية العالمية للطيران، النيل للطيران، ايه ام سبي، كورال بلو المصرية التونسية، سمارت للطيران لخدمات رجال الاعمال، لوتس للطيران/ مصر للطيران اكسپريس.

- النقل البحري وأهم الموانئ الرئيسية منها ميناء الاسكندرية وميناء بورسعيد حيث يتم النقل بالسفن الضخمة بسعة أكثر من ١٥٠٠ مسافر وتقدم للمسافرين إمكانية السفر عبر البحر المتوسط، وهناك أيضا السفن الأصغر حجما والتي تتسع ١٠٠ كابينة وبالنسبة للسفن الضخمة فإنها تتوقف في ميناء الاسكندرية او ميناء بورسعيد cruise ports لمدة يوم واحد فقط اما من أجل السفر الي القاهرة او من أجل مشاهدة المعالم السياحية في مدينة التوقف، وتتيح قناة السويس أيضا أماكن ربط البحرين المتوسط والاحمر وبالتالي أماكن السفر والتنقل بين المدن المطلة علي البحرين. كما توجد أيضا موانئ الفردقة، نويبع.
- النقل النهري: تسير في نهر النيل الفنادق العائمة من القاهرة وحتى اسوان وبين الأقصر واسوان وذلك بمتوسط ٤-٥ أيام ومن خلالها يتعرف السائح علي مآلدي مصر من مواقع أثرية ومناظر طبيعية.

ثانياً: تونس

أ- مقدمة عامة عن الدولة:

العاصمة: تونس

اللغة الرسمية: اللغة العربية، والفرنسية وتستخدمان في الحياة اليومية والتجارة.

نظام الحكم: جمهوري

الديانة: الإسلام ٩٩%، الباقي مسيحيون، ويهود

وحدة العملة الوطنية: دينار تونسي

الموقع الجغرافي والمناخ : تقع تونس في أقصى شمال قارة إفريقيا وتحدها من الغرب الجزائر، ومن الجنوب الشرقي ليبيا. يمثل الجزء الشمالي من تونس المنطقة الأكثر ازدحاماً بالسكان وهو عبارة عن منطقة جبلية أكثر خصوبة نسبياً من باقي المناطق التي يجري فيها النهر الرئيسي في تونس وهو مجردة. ويتمثل وسط البلاد في مرتفعات شبه جافة. وتتحول التضاريس إلى أراض صحراوية قاحلة كلما اتجهنا نحو الجنوب باستثناء بعض الواحات. ويقع السهل الساحلي الرطب في الشرق بين خليجي الحمامات وقابس. وتمثل المروج والمراعي حوالي خمس مساحة الأراضي وتوجد مساحات محدودة من الغابات والأحراش. أما مناخ تونس فيتنسم بأنه معتدل وترتفع درجات الحرارة خلال فصل الصيف.

بدانماط السياحة في تونس: (*)

أولاً: السياحة الترفيهية الشاطئية:

تطل تونس بسواحلها الشرقية والشمالية على البحر الأبيض المتوسط مما جعلها مقصداً للسائحين الراغبين في المتعة والترفيه حيث

* تم الاستعانة في هذا الجزء بالمرجع التالية :

١- وزارة السياحة التونسية:

2- TTI, Country reports, Tunisia, Op.cit, pp.9,26,27.

٣- الجمهورية التونسية، وزارة الثقافة والمحافظة على التراث، وكالة احياء التراث والتنمية الثقافية :

<http://www.patrimoinedetunisie.com.tn>, accessed : May , 2011

4- Wikipedia.org.

توجد بها عدد من المراكز الساحلية مثل شبه جزيرة جرجيس التي يجتمع فيها سحر البحر وجاذبية الصحراء، جزيرة جربة التي تمارس فيها كافة الأنشطة البحرية كالسباحة والصيد بخلاف الرياضات المائية كالترجل على الماء، والقفز بالمظلات، وسباقات المراكب، كما تشتهر بميناء ومارينا حومة السوق الترفيهي الذي يتوافد عليه السائحون الراغبون في التجول بيخوتهم على طول ساحل المتوسط .

هناك ايضا اريخيل قرقة، ومدينة المهدية، ومدينة المنستير خاصة شاطئي سقانس والدخيلة مع وجود مارينا ليخوت، المرسى، وهناك ايضا مدينة سوسة يوجد بها مرسى القنطوي.

هناك ايضا مدينة الحمامات وبها مارينا يخوت وهي ايضا مكان مميز للصيد وجنوبها تقع مدينة ياسمين الحمامات، وتوجد ايضا مدينة نابل عاصمة منطقة الوطن القبلي التي يطلق عليها ريفيرا شمال افريقية مقصد المشاهير ونجوم الفن والسياسة، ثم توجد مدينة قرطاج هناك ايضا توجد ضاحية سيدي بوسعيد، بخلاف مدينة بنزرت.

هذا بخلاف طبرقة التي يتعاقب فيها الشاطيء مع سلسلة جبال خمير الخضراء وقد اوحى المكان الي الفينيقيين بتسميتها الذي يعني المكان الظليل.

ثانياً: السياحة الثقافية:

تزخر تونس بتاريخ عريق يظهر بوضوح في كثرة المواقع الاثرية والتاريخية والمتاحف، كما تتجلى في تونس العادات والتقاليد التي تمنحها خصوصية بين المقاصد السياحية في منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية، وتعدد المدن التي تجذب راغبي التعلم والثقافة كما يلي:

ففي جربة جنوب شرق تونس توجد المساجد والمنازل ذات المعمار الفريد وتشتهر الجزيرة بصناعة زيت الزيتون، حلي الفضة، والمنسوجات الصوفية وتوجد ايضا مدينة قلالة بجزيرة جربة وهي شهيرة بمتحفها ومتحف للحضريّة، كذلك تشتهر بصناعة الفخار، ويوجد شمال جربة ببلدية حومة السوق برج الغازي مصطفى وتحتوي المساحة المقابلة للبرج على فسقيات ضخمة لتزويد الأهالي بالماء، كذلك يوجد برج

الرؤوس " الجاماجم "، كما يوجد متحف الفنون التقليدية المعروف بسيدي الزيتوني، وايضا يوجد للجامع الكبير " جامع ابي مسور".
وفي قابس بالجنوب التونسي توجد مساكن البربر تحت الارض وموقع جيغيتيس الاثري بالاضافة الي زاوية سيدي ابي لبابة.
اما مدينة مارت تقع في الجنوب التونسي يوجد بها متحف مارت اومتحف الحرب العالمية الثانية، وبه مجموعة من التحف التذكارية لمعركة مارت.

صفاقس وتقع علي ساحل خليج قابس وهي مدينة صناعة الزيتون في تونس، بها متحف للعادات والتقاليد الشعبية وهو متحف دار الجلولي شمال شرق مدينة صفاقس، ضريح الولي الصالح سيدي منصور.
اما مدينة المهدية جنوب العاصمة يطلق عليها مدينة الفاطميين حيث كانت موطن انطلاقهم الي مصر لبناء مدينة القاهرة، تظهر فيها ملامح الحضارة الاسلامية مثل برج المهدية ويضم سوقا اسبوعيا يوم الجمعة لبيع الحرير والحلي والاقمشة، والجامع الكبير الذي بني علي اساس طرازه كافة العمائر الدينية الفاطمية.

يوجد ايضا المرفا القديم من اثار الحقبة الفاطمية، وبمحاذاته تقع دارصناعة السفن القديمة، وتتميز مدينة المهدية بتقاليدها وعاداتها المميزة خاصة في مجال الحلي التقليدية والازياء الحريرية المطرزة بالخياط الذهبية، وكذلك في معمار المساكن وابوابها واسقفها وجدرانها المزينة بالزخارف النباتية، يوجد مسرح الجم ويسمي ايضا قصر الكاهنة، وهو مسرح أثري يقع بمدينة الجم ثالث أكبر مسرح روماني في العالم، بعد كولوسيوم روما ومسرح كابوا.

المنستير تقع على بعد ٢٤ كم من سوسة و ٨٠ كم من القيروان اسمها الروماني القديم " روسبينا " وتتميز بشوارعها المميزة المليئة بالحرفيين اصحاب الصناعات التقليدية، ويوجد نوار كورتين الذي يقدم الحياة التقليدية عبر الملابس والاكواب، ومن اهم معالمها مسجد بورقيبة وروضة ال بورقيبة.

اما بالنسبة لمدينة سوسة التي تقع بالقرب من العاصمة فمن اهم معالمها متحف الفنون والتقاليد الشعبية الذي يضم صور طقوس الزواج والمهن التقليدية، كذلك يوجد المسجد الجامع ذو النمط العسكري، والقصة المصنفان كاحد مواقع التراث العالمي، بالإضافة الي متحف الفسيفساء، وكنائس منطقة النفيضة، ورباط سوسة.

كما توجد ايضا مدينة الحمامات في مفترق الطريق بين تونس العاصمة ومدينة سوسة التي تشتهر بعمارته العربية الاسلامية.

وفي نابلس في الشمال الشرقي التونسي يوجد مركز جورج سيباستيان الثقافي الدولي، وهي مدينة الصناعات التقليدية كالفخار والجرار الصفراء وهناك منطقة دار شعبان الشهير بالنقش علي الحجر بخلاف شهرة النساء بالتطريز لملابس الاعراس.

اما مدينة قليببة: تقع في ولاية نابل (عاصمة الوطن القبلي) في الشمال الشرقي للجمهورية التونسية وتبعد عن العاصمة تونس مسافة ١٠٥ كم وتشتهر بقلعتها المتميزة، توجد ايضا مدينة الهوارية التي تقع على الطرف الشمالي الشرقي للوطن القبلي وتشتهر بالكهوف وكان يطلق عليها قديما بلاد الصقر وتستضيف سنويا مهرجان " الصيد بالصقور".

اما قرطاج: تقع بالقرب من مدينة تونس يوجد بها المتحف الوطني، والمتحف البحري الذي يعرض نماذج من الاسماك الحية والمحنطة، توجد ايضا حمامات انطونيون، واثار بعل والتانيت، بالإضافة الي المسرح الاثري الذي يشهد في فصل الصيف مهرجانا سنويا هذا بخلاف مهرجان قرطاج الدولي، ومهرجان السينما، ومهرجان اكتوبر للموسيقى، وعروض الموسيقى الاندلسية.

وهناك عدد من الكنائس اهمها دلموس الكريطة والبازيليكا البيزنطية في درمش، كما يوجد حصن حيدرة، والكانترائية القديمة.

وفي تونس العاصمة تعتبر المدينة القديمة هناك احد مواقع التراث العالمي المسجلة من اليونسكو وهي عبارة عن متاهة من الازقة المتعرجة والقباب توجد بها منازل الاعيان مثل دار بن عبدالله الشهير الذي يمثل متحفا للفنون الشعبية، ودار الأصرم، دار باش ودار حسين،

دار حمودة باشا، ديوان دار الجلد، دار عثمان، وتوجد ايضا عدد من المساجد العثمانية مثل يوسف داي، حمودة باشا، سيدي محرز .

يوجد ايضا العديد من المساجد اشهرها جامع الزيتونة الذي يعد أول جامعة في العالم الإسلامي وثاني الجوامع التي بنيت في "أفريقية".

يوجد بها ايضا المسرح البلدي الذي تعرض فيه الحفلات الفنية والمسرحية وعروض الفنون الحديثة، كما يوجد ايضا المتحف العسكري الوطني بقصر الوردية. يوجد بها ايضا متحف باردو الذي يضم اهم مجموعات من للفيسفساء الروماني في العالم.

يوجد ايضا معبد ومتحف مدينة شمتوبولاية جندوبية التي تقع في أقصى الشمال الغربي للجمهورية، وهناك ايضا مدينة الكاف في الشمال الغربي من البلاد التونسية اهم معاقل الاسلام الصوفي بتونس.

توجد ايضا مدينة تستور وتقع على هضبة في حوض مجردة شمالي البلاد ومسجدها الجامع ذوالمنذنة الاندلسية، والقرميد الدائري، وزاوية سيدي نصير.

قرية سيدي بوسعيد تقع بالقرب من تونس العاصمة من اهم معالمها مسجد بوسعيد، والمقهى الشهير "القهوة العالية"، قصر النجمة الزهراء والذي يمثل متحفا للموسيقى العربية، بخلاف الابداع المعماري الذي يتجلى فيه.

وفي بنزرت يوجد المتحف البحري، القصبة، الحصن الاسباني وبها ايضا اوتيك : اقدم موقع فينيقي في تونس كما تزخر بالاثار الرومانية والسواري والاعمدة والنافورات كما يوجد في بنزرت مدينة غار الملح والتي تشتهر بوجود ترسانة، كما انها محاطة بثلاثة حصون، وقرية اندلسية ومصنفة ضمن مواقع التراث العالمي.

وتشتهر طبرقة التي تقع شمال الجمهورية التونسية بخزانات المياه، والحمامات الرومانية، بخلاف البازيليك الشهير، ومتحف الفلين المعروف بمتحف المتلوي.

اما مدينة مكنر والتي تبعد حوالي ١٦٢ كم عن تونس يوجد بها قوس نرجان، كما تشتهر مدينة حيدرة قرب الحدود التونسية الجزائرية بقلعتها وكنائسها.

اما سبيطة في وسط غربي تونس: تحتوي علي ٥ كنائس.
توجد ايضا مدينة تيريو ماجوس بولاية زغوان وهي مليئة بالاثار
مثل الكايبوتول، والكثير من المعابد.
هناك ايضا مدينة دوز التي تقع بالجنوب التونسي وتشتهر بسوق
مدينة دوز، متحف التقاليد البدوية.
توزر: تقع في الجنوب الغربي للجمهورية التونسية بها متحف دار
شريط اول متحف خاص اسمه رجل الاعمال عبد الرزاق شريط ويحتوي
علي عدد كبير من التماثيل من الشمع والمنتجات التقليدية المختلفة كما
تحتوي إحدى الصالات على معرض للوحات الزيتية.
تطلوين: تقع في أقصى الجنوب الشرقي للجمهورية التونسية بها
عدد من المواقع الاثرية مثل نيرت، عين الدوك، السدويرات، غمراسن
حيث توجد المغارات التي سكنت منذ ما قبل التاريخ.
وفي قفصة كبري مدن الجنوب الغربي توجد المسابح الرومانية.د
اما مدينة القيروان فهي تبعد حوالي ١٦٠ كيلومتر عن تونس
العاصمة، ويشير تاريخ هذه المدينة الي دورها الاستراتيجي في الفتح
الإسلامي فمنها انطلقت حملات الفتح نحو الجزائر والمغرب وإسبانيا
وأفريقيا بالإضافة إلى أنها مئوى لعدد من صحابة الرسول صلي الله عليه
وسلم"، حيث يوجد بها مقام الصحابي أبي زمعة البلوي (سيدي
الصحبي)، مقام سيدي عبيد الغرياني، مقام سيدي عمر عبادة ومن اهم
معالم المدينة جامع عقبة بن نافع في القيروان، كما يوجد متحف الفن
الاسلامي بقيادة وهوايضا مركز للبحوث المختصة في الحضارة
الإسلامية بتونس، وبه بعض المقتنيات النادرة مثل المصحف الازرق،
بئر بروطة، فسقيات الأغلبية بالاضافة الي جامع الأبواب الثلاثة، وتعد
اهم مركز لصناعة السجاد (الزرايبي القيروانية).
وتمتليء المدينة بالازقة والاسواق التي تقطعها ابواب زرقاء
وقباب بيضاء، كما تسمي مدينة الثلاثمائة مسجد، وتعتبر المدينة العتيقة
احد مواقع التراث العالمي.

ثالثاً: السياحة العلاجية:

يوجد عدة مراكز للسياحة العلاجية والاستشفاء على الطريقة التونسية التقليدية الخاصة التي تراعي للقواعد الطبية وتوفر المتعة في ذات الوقت سواء للرجال او النساء، كما توجد مراكز للمياه الحرارية، وايضا مراكز الاستشفاء بمياه البحر التي تستخدم مياه البحر فقط، وتطبق المعايير المعترف بها دوليا.

يوجد في جربة ١٢ مركزا، في المهدية مركزان، ثلاثة في سوسة والتي تعد مهد المعالجة بمياه البحر منذ عام ١٩٩٤ وهناك عدد من المراكز التي تقدم كافة اشكال المعالجة بتقنيات مميزة واطقم طبية تتميز بالكفاءة، يوجد ايضا ١٠ مراكز في الحمامات، ٣ مراكز في قرطاج، كما توجد بمحمية إشكل العديد من العيون الحارة الكبرى، أشهرها "عين النقران". يوجد ايضا مركز واحد في كل من المنستير وطبرقة، وهناك مدينة القربص الاستشفائية.

رابعاً: السياحة البيئية:

تعرف تونس بانها الخضراء لما تزخر به من مناظر طبيعية وثرأا بيئي ففي جربة يوجد منتزه جربة أكسلور " اكتشف جربة " الذي يضم قرية تقليدية وجزيرة مميزة للتماسيح. هناك ايضا حديقة قرطاج لاند بيلاسمين حمامات.

وفي تونس العاصمة يوجد منتزه افريقية، كما يوجد منتزه اليلفادير وهي منطقة خضراء تتعدد فيها انواع الاشجار والنباتات بوسط مدينة تونس، كما يوجد بها حديقة حيوانات.

ويوجد بتونس حوالي ثمانية محميات طبيعية تمتد من المنطقة الجبلية في الشمال الغربي الي المناطق الصحراوية ومن اشهرها محمية إشكل التي تقع في ولاية بنزرت والتي صنفت بقائمة "محميات الكائنات الحية ومحيطها"، وبالتالي فهي توجد على قائمة التراث الدولي الطبيعي والثقافي لليونسكو منذ ١٩٩١، وتستقطب بحيرتها الطيور المهاجرة بين اوروبا وافريقية، هناك ايضا المتحف البيئي (اشكل) فوق هضبة تطل على بحيرة اشكل.

توجد ايضا واحات الشبيكة، تمغزة، ميداس. لما واحة قابس فهي تجمع بين الواحة والجمال والبحار والصحاري في نفس الوقت، وتتميز بخليجها الواسع وطول سواحلها، كذلك يوجد واحة الحامة وشنني. كذلك يوجد الحديقة الوطنية ببوهدمة جنوب البلاد وهي تنقسم الي ثلاث محميات المحمية الشرقية، محمية وادي هذاج، محمية الجنوب الغربي، وتحتوي علي ثروة نباتية وحيوانية كبيرة.^(١)

خامساً: سياحة المهرجانات:

• من اهم المهرجانات: مهرجان الواحات الجبلية (تمغزة) في شهر مارس، مهرجان طبرقة لموسيقي الجاز في اغسطس، مهرجان الموسيقي اللاتينية، مهرجان موسيقي الراي، مهرجان قرطاج السينمائي، مهرجان الاسفنج بجرجيس في يوليو واغسطس .كما توجد قاعات للفنون التشكيلية واروقة الفن في تونس العاصمة وابي سعيد، مهرجان عروس البحر بقرقنة في يوليو واغسطس. يوجد المسرح الصيفي الموجود الذي يقام فيه سنويا في فصل الصيف مهرجان صفاقس الدولي.

سادساً: السياحة الرياضية:

أهمها سياحة الجولف حيث يوجد ٩ ملاعب جولف تتوزع في أرجاء البلاد، سواء في الشمال حيث الخضرة والغابات أو الساحل حيث البحر أو الجنوب برماله وواحاته .

تتمثل ملاعب الجولف في جولف قرطاج ١٨ حفرة - القنطاوي جولف كورس ٣٦ حفرة - فلانقوجولف كورس، وبالم لينكس جولف كورس المنستير وكل منهما تحتوي علي ١٨ حفرة و ٩ للتدريب - ياسمين جولف كورس الحمامات ١٨ حفرة وجولف سينتروس بمدينة الحمامات ٣٦ حفرة و ٩ للتدريب - طبرقة جولف كورس ١٨ حفرة - جربة جولف كلوب ٢٧ حفرة-جولف واحات توزر ١٨ حفرة و ٩ للتدريب، كما يوجد ملعب جولف المرجان في طبرقة

1-www.alarabonline.org/previouspages/Alarab%20Daily/2010/04/.../p10.pdf.

accessed: Apr., 2011.

يمكن للسائحين أيضا ممارسة رياضة الغوص بطريقة التي تشتهر بالمرجان، وكذلك في الحمامات، والقنطاري والمنستير والمهدية، وجربة ويوجد ميناء صيد بحري في قليبية.

كما تشتهر جربة بصيد الأسماك وقد اقيمت في تونس عدد من الاحداث الرياضية الهامة من اهمها كاس الامم الافريقية عام ٢٠٠٤.

سابعاً: سياحة المؤتمرات:

توجد قاعة كبيرة للمؤتمرات بها العديد من القاعات في مدينة المنستير كما توجد عدد من الفنادق في قرطاج تحوي عددا من قاعات المؤتمرات التي تتسع اغلبها لأكثر من ١٠٠٠ شخص مما يمكنها من استقبال المؤتمرات الكبرى.

ثامناً: السياحة الصحراوية:

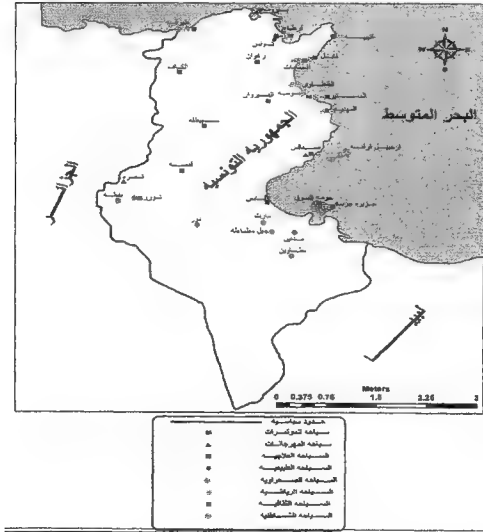
يقدم الجنوب التونسي فرصة رائعة لمحبي الصحراء للاستمتاع بالكثبان الرملية، والابار والواحات الرائعة، ويمكن للسائح التجول علي ظهور الجمال بصحبة ادلاء الصحراء، او للتنزه بالدراجات النارية والسيارات رباعية الدفع، وركوب المناطيد، والطائرات الخفيفة ذات المحرك للقيام بجولة في اطراف الصحراء، هذا بخلاف الترحلق علي الرمال او الاستمتاع بالتنزه علي القنمين.

بالقرب من تطاوين توجد جبال مطماطة في جنوب شرق تونس، وتشبه تضاريسها سطح القمر وتتمويزها اشجار التين والزيتون.

كذلك هناك مدينة مدنين موطن القصور الصحراوية ابرز ملامح الصحراء التونسية مثل قصر حدادة، قصر بني خدّاش وهي عبارة عن بيوت بسيطة وغريبة سكنوها أناس منذ القدم والآن تحولت الي متاحف في الجنوب التونسي واشهرها في تطاوين حيث يقام هناك سنويا مهرجان للقصور الصحراوية سنويا في ابريل من ميزاتها أنها باردة في الصيف ودافئة في الشتاء، كذلك توجد واحة قصر غيلان التي تمتليء بالاثار الرومانية، به قصر الحدادة الذي اصبح فندقا نظرا لطبيعته المعمارية الفريدة.

كما توجد أيضا واحات توزر ونقطة يشتهران بالتمور، وغابات النخيل، وكذلك مدينة دوز التي تعد بوابة الصحراء التونسية وملقّي البدو الرحل وتشتهر بتربية الكلاب السلوقية، كما يقام بها مهرجان الصحراء الدولي في ديسمبر من كل عام، والذي يقدم للفنون الصحراوية مما ساهم في تطوير السياحة الصحراوية وهناك أيضا سباقات الخيول، كما يوجد أيضا متحف الصحراء الذي يستهدف إطلاع الزائر على الوسط الطبيعي ومكوناته النباتية، والحيوانية، وكذا حضارات الواحات وتقاليد الترحال من خلال المنموجات والجلي.

خريطه توضح أنماط السياحة في الجمهورية التونسية



شكل رقم (٢)

ج. الواقع السياحي في تونس:

هنا يتم استعراض الاسواق السياحية الرئيسية المصدرة الي تونس كتعبير عن جانب الطلب الحالي، كما يتم استعراض حجم الطاقة الفندقية، ووسائل الوصول للتعبير عن امكانيات العرض السياحي في تونس.

• الاسواق السياحية الرئيسية:

يمثل الاوروبيون والوافدون من دول المغرب العربي حوالي

٩٨% من حجم السياحة الدولية الوافدة الي تونس بينما تقل حجم

السياحة الدولية الوافدة من الشرق الاوسط عن ١% (جدول ٢٩)

ويتضح ايضا من خلال الجدول رقم (٣٠) ان ليبيا تأتي في مقدمة

الدول العربية الاسلامية المصدرة للسياحة الي تونس بنسبة حوالي (٦٣%)

تليها الجزائر (٣٤.٥%) ثم المغرب والسودان ويشكلان معا ما يقل عن

٢% من السياحة الوافدة الي تونس من الدول العربية الاسلامية وذلك لعام

٢٠٠٨

كما يتضح من الجدول ايضا الضالة الشديدة في نسبة مساهمة

السياحة الوافدة من دول الخليج الي تونس وربما يعزي ذلك الي رغبة

السائحين من دول الخليج في قضاء اجازات تتوافق مع قيم مجتمعاتهم

خاصة في ظل الانفتاح الذي يتسم به المجتمع التونسي.^(١)

1- Poirier, R., A., "Tourism and Development in Tunisia", *Annals of Tourism Research*, Vol.22, No., 1, 1995 PP. 157 -171.

الجدول (٢٩): عدد السائحين الدوليين الوافدين
إلى تونس وفقا للمناطق السياحية الرئيسية ٢٠١٠

الاسواق السياحية	عدد السائحين	النسبة الى اجمالي السائحين الوافدين %
الاوروبيين	٣٧٤٣٥٠٩	٥٤.٢
دول المغرب العربي (ليبيا، المغرب، الجزائر، موريتانيا)	٢٩٩٩١٠٠	٤٣.٥
للشرق الاوسط	٤٠٢٨٤	٠.٥
امريكا الشمالية	٣٦٢٧٥	٠.٦
متنوعة (افارقة - يابانيين - استراليين - صينيين - برازيليين - غيرهم)	٨٢٢٣٨	١.٢
المجموع	٦٩٠١٤٠٦	١٠٠

المصدر : وزارة السياحة التونسية، السياحة في ارقام :

Le tourisme tunisien en chiffres 2009, op.cit.

جدول (٣٠): اعداد السائحين الوافدين من الدول العربية الاسلامية الي تونس ٢٠٠٨ (*)

الدولة	عدد السائحين (بالآلاف)	النسبة الي اجمالي السياحة الوافدة من الدول العربية الاسلامية %
ليبيا	١٧٦٦٨٨١	٦٣
الجزائر	٩٦٨٤٩٩	٣٤.٥
المغرب	٣٢٤٣٠	١.٢
مصر	١٠٢٤٠	٠.٤
المملكة العربية السعودية	٧١٩٣	٠.٣
لبنان	٤٩٥٠	٠.١٧
سوريا	٣٩٦٠	٠.١٤
الاردن	٢٧٦٥	٠.١
الامارات العربية المتحدة	١٩٦٦	٠.٠٧
فلسطين	١٩٢٢	٠.٠٧
الكويت	١٨٥٩	٠.٠٧
عمان	١٣٧٥	٠.٠٥
العراق	١٣١٩	٠.٠٥
قطر	١٢١٢	٠.٠٤
اليمن	١٠٧٠	٠.٠٤
السودان	١٠٥٨	٠.٠٤
البحرين	٩٤٤	٠.٠٣
المجموع	٢٨٠٩٦٤٣	١٠٠

المصدر :

UNWTO, Year book of Tourism Statistics 2004 - 2008, 2010
edition, op.cit, pp.817-818.

* الجدول من إعداد الباحثة.

• الطاقة الفندقية

زاد حجم الطاقة الفندقية في تونس سنة ٢٠٠٩ زيادة طفيفة بـ ٠,٦% لتبلغ ٢٣٩.٨٩٠ سرير مقابل ٢٣٨.٤٩٥ سرير سنة ٢٠٠٨. كما تطور حجم الاستثمار في القطاع السياحي ليلبلغ ٣٠٩,٣ مليون دينار خلال سنة ٢٠٠٩ مقابل ٢٥٣,٦ مليون دينار خلال سنة ٢٠٠٨ أي بنسبة زيادة هامة تقدر بـ ٢٢%^(١). ومن المخطط زيادة الطاقة الفندقية الى ٢٦٠.٣ ألف سرير بحلول عام ٢٠١٤.

• طرق الوصول والانتقال الى تونس:

- النقل الجوي: تغطي الخطوط التونسية Tunis Air ٢٨ بلدا وأكثر من ٤٤ مدينة. منها أكبر المدن الأوروبية والشرق أوسطية والإفريقية^(٢) ومنها القاهرة والدار البيضاء ، كما توجد ايضا عدد من شركات الطيران التونسية الخاصة.^(٣) هناك ايضا عدد من المطارات اهمها مطار طبرقة الدولي مطار صفاقس الدولي- مطار توزر نفطة الدولي- مطار قفصة قصر الدولي مطار قابس مطماطة الدولي، وهناك توسعات في مطارات جربة الدولي، كما يوجد ايضا مطار تونس قرطاج الدولي الذي يستقبل وحده حوالي ٣٨% من السائحين الدوليين، كما انه من المقرر ان يرفع مطار المنستير الحبيب بورقيبة الدولي امكانية الاستقبال الي ٢٠ مليون مسافر سنويا.

1 - <http://www.tourisme.gov.tn/index.php?id=32&L=1>, accessed: Apr., 2011.

2 - <http://www.tunisair.com.tn/>

* من اهمها شركة قرطاج، وموريتانيا للطيران، وطيران السابع، وكورال بلروهي مصرية تونسية تعمل بنظام رحلات الطيران العارض غير المنتظم، يقع المقر الرئيسي للشركة في القاهرة، وتتخذ من مطار الغردقة الدولي مركزاً لعملياتها بالإضافة لغروعا الأخرى في مطار القاهرة الدولي ومطار شرم الشيخ الدولي، تأسست الشركة عام ٢٠٠٦ وبدأت عملياتها فعليا عام ٢٠٠٧، يمتلك رجل الأعمال التونسي بلحسن الطرابلسي نسبة ٦٥% من رأس المال، فيما تمتلك شركة أوراسكوم للفنادق والتنمية نسبة ٢٥%، وتمتلك شركة قرطاج للطيران نسبة ١٠% الباقية، تقدم كورال بلوخدماتها غير المنتظمة إلى العديد من الوجهات داخل أوروبا مثل المملكة المتحدة، بولندا، النمسا، إيطاليا وغيرها.

كما انه من المخطط لمطار النفيضة الدولي ان يستقبل ٥ مليون مسافر سنويا.

- السكك الحديدية والطرق البرية : تمتد داخل تونس شبكة من الطرق البرية بطول ٣١٠٠٠ كم من طرق السيارات التي تربط العاصمة بباقي المدن ومن المقرر عام ٢٠٠٨ انشاء طريق سريع بطول ٥٠ كم الي الجم وصفاقس، وكذلك طريق للربط بين تونس والمغرب خاصة وان الوافدين من للمغرب الي تونس ياتون في الغالب عن طريق البر، اما خطوط السكك الحديدية فتمتد بطول ٢١٦٧ كم الا انها لا تستخدم بكثافة في التنقل اثناء الرحلات السياحية.

- النقل البحري واهم الموانئ:

يوجد بتونس موانئ عديدة اهمها: بنزرت، قابس، سفاقص، الصخيرة، وتعتبر ميناء لاجوليت الميناء الاول في استقبال السائحين الاوروبيين والامريكيين عن طريق البحر، ومن المخطط زيادة الوافدين عن طريق البحر، وكذلك زيادة مشاركة اليخوت في الانشطة البحرية، وايضا زيادة اعداد الاحداث الرياضية البحرية.

ثالثاً: المغرب

أ. مقدمة عامة عن الدولة:

العاصمة: الرباط

اللغة الرسمية: اللغة العربية، وتستخدم الفرنسية في الحياة اليومية

نظام الحكم: ملكي دستوري.

الديانة: الاسلام ٩٨% والباقي مسيحيون ويهود.

وحدة العملة الوطنية: الدرهم المغربي

الموقع الجغرافي والمناخ: تقع المملكة المغربية في الركن الشمالي الغربي لإفريقيا. ويحدها مضيق جبل طارق والبحر الأبيض المتوسط من الشمال، ومن الغرب المحيط الأطلسي، ومن الشرق الجزائر، وتحدها جمهورية موريتانيا الإسلامية من الجنوب. ويمثل نهر درعا أطول الأنهار في المملكة المغربية بطول يبلغ ١٢٠٠ كم. توجد بها سلسلة الأطلس الساحلية والداخلية ويمثل جبل طوبقال اعلي قممها. تغطي الغابات عشر مساحة المملكة المغربية، والتي تمثل قيمة إقتصادية حيوية. وتتميز الصفة الجغرافية لمعدرات جبال الأطلس الشرقية بمناخ شبه صحراوي.

المناخ عموماً بحر أبيض متوسطي؛ معتدل في السواحل الشمالية والغربية وهذا بسبب تأثير المحيط الأطلسي؛ كما أن المناخ شبه قاري في المنطقة الوسطى ويسوده المناخ الصحراوي في الأقسام الجنوبية من المملكة.

بدانماط السياحة بالمغرب:

أولاً: السياحة الشاطئية الترفيهية: تشتهر المغرب كمقصد سياحي يعتمد علي السياحة الشاطئية اذ تطل بسواحل طويلة علي البحر الابيض المتوسط، والمحيط الاطلنطي، ويمارس فيها السائحون السباحة والصيد والرياضات المائية المختلفة بخلاف أنشطة اليخوت من السعيدية إلى طنجة، مروراً بالحسيمة الجبهة والقصر الصغير.

فيما يعرض المحيط الأطلسي شواطئ متنوعة من طنجة التي تعتبر عاصمة لهذا النوع من السياحة وهي الميناء المغربي الاول خاصة للسائحين الوافدين من فرنسا وهي حلقة الوصل بين إفريقيا وأوروبا،

توجد ايضا أصيلة " ارزىلا " ، ومولاي بوسلهام بالقنيطرة، والمهدية، وتمارة، والصخيرات، والدار البيضاء، كذلك توجد مدينة الجديدة "مازاكان" وهي مدينة ساحلية بالمملكة المغربية وعاصمة إقليم الجديدة، والوليدية وأسفي كذلك تمثل الصويرة مقصدا شاطئيا شهيرا علي المحيط الأطلسي، وتعد اغادير التي تقع علي ساحل المحيط الاطلنطي من اكبر المنتجعات الشاطئية، وسيدي إفني والعيون.

ثانياً: السياحة الثقافية:

تشتهر المغرب بتاريخ عريق انتج عددا من المواقع الاثرية في المدن المغربية المختلفة مما جعلها مقاصد سياحية مميزة لراغبي التعلم والثقافة، وهي موزعة علي مدن واقاليم المغرب كما يلي:

مدينة الصويرة: هي مدينة مغربية مطلة على المحيط الأطلسي لها تاريخ عريق، وذات طابع معماري متميز وتحتوي على العديد من الساحات والأسوار ذات الابواب الضخمة .

الدار البيضاء: يوجد بها مسجد الحسن الثاني المعلم الرئيسي بالمدينة وهو اكبر مساجد العالم بعد مسجد الحرمين الشريفين، وقد بدأ تشييد هذا المسجد في عام ١٩٨٧ لينجز في الثالث من اغسطس من عام ١٩٩٣ ويستوعب المسجد ١٠٥ آلاف مصل. يقع على البحر، لان الملك الراحل الحسن الثاني اراد ترجمة الآية الكريمة: (وكان عرشه على الماء)، وهو تحفة فنية يغطي عليه الرخام الاصفر، وواجهته مطعمة بالفسيفساء.

يوجد ايضا عدد كبير من المواقع الاثرية في العرائش، لكسوس، كوتا، بناس، والطاووس، كما توجد ما يعرف باسم الزوايا التيجانية المرتبطة بالطرق الصوفية وللزوايا عدة مهام تتمثل في إيواء الغرباء والمساكين والضيوف وإطعامهم، إقامة الصلوات الخمس، تلاوة للقرآن الكريم وتحفيظه، ذكر الأوراد التيجانية وأخيراً تعليم النشء اللغة العربية وعلوم الدين المختلفة. واهما في بلدة بوسمغون.

مدينة الرباط: عاصمة المملكة المغربية وتقع على ساحل المحيط الأطلسي، وهي أيضا مدينة المتاحف، فهناك متحف الأودية الذي يعرض قطعاً فنية مختلفة من الخزف والحلي والملابس التقليدية والمطرزات والسجاد وبعض المخطوطات كما يوجد أيضا متحف الفنون الشعبية.

وفي المدينة الحديثة يوجد متحف الآثار القديمة، ويقدم للزائر نماذج من القطع التي تعود إلى عصر ما قبل التاريخ، وأخرى إلى العصر الإسلامي الوسيط.

توجد أيضا قسبة الأدوات تتميز بمنشأتها العسكرية وهي في الأصل قلعة محصنة، ذات تاريخ متميز، سورها وبابها الأثري الكبير يعتبران من رموز الفن المعماري، بالإضافة إلى مسجدنا المعروف بالجامع العتيق كما أن بها أيضا برج صقالة.

مسجد حسان وهومن أهم المباني التاريخية المميزة في العاصمة المغربية وقد أضافت منظمة اليونسكو للتراث العالمي هذا الموقع لقائمتها عام ١٩٩٥ في فئة الثقافة.

مدينة طنجة: تقع شمال المغرب يوجد بها متحف الفنون المغربية، ومتحف الآثار في دار المخزن.

مدينة تطوان: تقع علي ساحل البحر المتوسط وتتميز بالاحتفاظ بالحضارة العربية الاندلسية في احيائها القديمة.

يوجد بها متحف تطوان الأثري، ويعرض بهذا المتحف بقايا أركيولوجية اكتشفت معظمها عن طريق حفريات منتظمة أجريت بشمال المغرب وهي مجموعات هامة من الخزف والأمفورات والفسيفساء والنقائش والنصب التذكارية، كما يعرض أدوات حجرية وبقايا حيوانية وإنسانية تعود إلى فترة ما قبل التاريخ.

مدينة مكناس: تقع في شمال المملكة من أعظم آثارها التي تدهش السياح باب المنصور الضخم المشهور بنقوشه الفسيفسائية وضريح مولاي إسماعيل، ومسجد بريمة، وسيدي عثمان، والقصر الجامعي الذي يعد متحفا للفن المغربي.

وتعد مكناس مدينة الحضارة العربية الإسلامية، وهوما أهلها عن جدارة واستحقاق لأن تصبح باعتراف المجتمع الدولي تراثا انسانيا عالميا، كما تقع بجانب المدينة بقايا المدينة الرومانية القديمة " Volubilis " فيلوبيليس".

مدينة فاس: تقع شمال شرق مدينة مكناس وتعد العاصمة الروحية للمغرب وهي أول مدينة إسلامية في بلاد المغرب كما تعد المدينة القديمة فيها ضمن قائمة المواقع التراثية العالمية. بها أيضا واحدة من اكبر المكتبات وبها نسخة من القرآن الكريم ترجع للقرن التاسع عشر كما تقع بها جامعة القرويين العريقة. يوجد بها أيضا متحف البطحاء الذي يضم عددا كبيرا من المخطوطات ولقطع النحاسية والخشبية والجبسية إضافة إلى الرخاميات والمسكوكات والحلي والألبسة والمنسوجات والزليج والخزف.

كما انها تعد سوقا للمنتجات الحرفية التذكارية التي يقبل السائحون علي شرائها بشوارعها الضيقة ومن اهم هذه المنتجات الفخار، المنتجات النحاسية، المشغولات الفضية، بخلاف العباءات المغربية الشهيرة.

مدينة مراكش هي ثالث أكبر مدينة مغربية تقع في جنوب وسط المغرب. معناها باللغة الامازيجية "بلاد الله، ووصفت مراكش بأنها المدينة الحمراء، وهناك عدد من المساجد في مراكش عددها مائة وثلاثة وعشرون مسجدا أهمها: جامع الكتبية ومئذنتها الشهيرة مسجد المنصور الموحدي، مسجد الشيخ سيدي محمد صالح مسجد حارة الصورة مسجد الشيخ الجزولي مسجد مولاي اليزيد مسجد القصبة، مسجد محمد.

هناك أيضا عدد من الابواب التاريخية مثل باب سليم - باب الخميس - باب الجديد - باب دكالة - باب النقب - باب الرحي - باب القصيبة - باب الشارية - باب المخزن - باب بريمة - باب تاغزوت - باب الغرازة - باب الفتوح - باب أمين بن محمد المنفلوطي - باب إغلي.

اما اهم معالم مراكش فهي ساحة جامع الفنا، وتعتبر هذه الساحة القلب النابض لمدينة مراكش، ومقصدا للزوار من كل أنحاء العالم للاستمتاع بمشاهدة عروض مشوقة لمروضي الأفاعي والعرافين، وتجار الاعشاب ورواة الأحاجي والقصص، والموسيقيين والمشتغلين بالسحر، وبائع الكحل والحناء بالإضافة الي بائعي السجاد والمجوهرات والنحاس والصوف والجلود والفخار وهذا التفرد كان وراء إدراج هذه الساحة في قائمة التراث العالمي التي اعلنتها منظمة اليونسكو عام 2001 وفي المساء تتحول الساحة الي مطعم مفتوح.

يوجد ايضا بمراكش بقايا القصر البديع، كذلك يوجد متحف دار سي سعيد الذي يجمع خلاصة الفنون المغربية، كما يوجد قصر الباهية.

مدينة ورزازات: تقع مدينة ورزازات إلى الجنوب الغربي من مدينة مراكش وتبعد عنها بحوالي ٢٠٠ كيلومتر. ورزازات عبارة أمازيغية مركبة من كلمتين "وار" وتعني: دون و"زازات" وتعني: الضجيج اي تعني دون ضجيج . يوجد بها قصر آيت بن حدو، وهو عبارة عن تجمع بنايات تقليدية شيدت من الطين ومحاطة بسور دفاعي مقوى بالأبراج، ويعتبر هذا القصر بهندسته المتميزة، نموذجا للسكن التقليدي بالجنوب المغربي، وقد تم تسجيل قصر آيت بن حدو سنة ١٩٨٧ ضمن التراث الإنساني العالمي، وصوّرت به العديد من الأفلام العالمية الشهيرة التي تحكي قصصا تحمل تراث المنطقة بأكملها. وقد ادركت الحكومة المغربية ان تصوير الافلام في المواقع المغربية له اثاره فسي تشجيع صناعة السياحة مثل The Jewel of Arabia، ١٦٩٢، The Last of the Nile، ١٩٨٥، Jesus of Nazareth، ١٩٧٧، The Mummy، ١٩٩٩، الأسكندر الأكبر «Alexander The Great» عام ٢٠٠٤ واخيرا كانت المغرب مكانا هاما لتصوير الفيلم العالمي الشهير " مملكة الجنة " Kingdom of Heavens للمخرج Ridley Scott .

ثالثا: السياحة البيئية:

تمثل السياحة الطبيعية بعدا هاما للمنتج السياحي المغربي، وتتنوع بين المحميات والحدايق والواحات والودية، فتوجد محمية سيدي بوعابة على مقربة من مدينة القنيطرة التي تقع على الساحل الأطلسي، على بعد ٤٠ كم شمال العاصمة .

يوجد ايضا بمدينة مراكش حدائق اكدال وهي منتزه طبيعي على مشارف مراكش بالمغرب وهي مليئة بالأشجار المثمرة وهي تعد مكانا مميزا للاستمتاع بالهواء والاسترخاء من ضوضاء مراكش.

كما ان هناك في الصحراء المغربية في الجنوب وادي زيز الذي يحتوي علي عين مسكي الزرقاء ذو الشهرة العالمية، كما ان هناك الكتبان

الرملية لمرزوقة بإقليم الرشيدية والتي تعد من روائع الطبيعة التي يزخر بها المغرب، يوجد أيضا سهل تودغا الذي يعتبر من أجمل الواحات المتواجدة في جنوب المغرب، كما أن هناك واحة كلميمة التي تتميز بمناظرها الطبيعية وسحر قصورها التي تتمركز بين النخيل، هناك أيضا واحة الجرف وتوروك التي تمتد على طول ضفة نهر غريس وتحيط بها مناظر طبيعية خلابة بالإضافة إلى أشجار النخيل والزيتون.^(١)

رابعاً: سياحة المهرجانات:

تشتهر المغرب بالمهرجانات المختلفة ومن أشهرها الملتقى الشعري لفاص، المهرجان الدولي للعود بتطوان، ملتقى الأندلسيات بمدينة شفشاون، مهرجان فاس لفن الطبخ في أكتوبر، مهرجان الصيف الموسيقي للشباب بمدينة الجديدة، مهرجان الموسيقى الروحية بفاص، مهرجان الواحة بمدينة فكك المغربية^(٢)، موسم سيدي علي بوغالسب بمدينة فاس، مهرجان فن الشعر والغناء الأمازيغي بمدينة ميدلت المغربية، مهرجان الفنون الشعبية، مهرجان الدقة، المهرجان الدولي للفيلم بمراكش، الموسم الثقافي بارزيلة في اغسطس وسبتمبر، موسم الخطبة باملشيل، موسم مولاي ادريس فاس شهرسبتمبر، مهرجان التمر بارفود في أكتوبر.

خامساً: السياحة الرياضية:

تتنوع بين الرياضات المائية وتسلق الجبال وركوب الدراجات في الجبال، وصيد الطيور، بخلاف الجولف حيث يوجد بالمغرب ١٧ ملعب جولف أهمها ملعب دار السلام في الرباط والذي يستضيف دورة الملك محمد السادس السنوية وبه ٤٥ فتحة للعب، وكذلك الملعب الملكي بمدينة فاس، وكذلك الملعب الملكي بالقرب من مدينة كازابلانكا والذي افتتح عام ١٩٩٣، وكل منها به ١٨ فتحة.

1-<http://www.region-meknes-tafilalet.ma/portal/media-type/html/user/anon/page/touristeAr1.psm1?noteId=3217>, accessed: Jul, 2011.

٢- المهرجان الدولي الرابع لتقافة الواحات بفكك :
<http://www.maghress.com/alittihad/108624>, accessed: Jul, 2011.

أما بالنسبة للرياضات الشتوية فتعتبر منطقة أوكايمدن التي تقع على بعد ٦٠ كم من مراكش أهم محطات التزلج على الجليد، والأكثر استقطاباً للزوار، خلال فصل الشتاء كما توجد إيفران أشهر منتجع سياحي في عمق جبال الأطلس المتوسط، والتي تلقب بسويسرا المغرب، نظراً لمواصفاتها الطبيعية، حيث الشلالات والبحيرات والغابات والوديان والتلال والسهول وتلوج الشتاء كما تشتهر ميشلين (التي تقع بالقرب من إيفران بموقعها ومؤهلاتها الطبيعية، وتتميز بوجودها وسط غابات الأرز، على ارتفاع ٢٠٠٠ متر، وهي مقصد مميز للراغبين في التزلج على الجليد.^(١)

سادساً: السياحة الجبلية:

في فصل الصيف تبرز أهمية رياضات تسلق الجبال (جبال أطلس)، والتي تنتشط بصفة خاصة في ضواحي مراكش، وأزايال بالسفوح الشمالي، وفي سكورة ومكونة وتتغير وكذلك يوجد جبل توبقال أعلى قمة في الوطن العربي وثاني أعلى قمة على مستوى القارة الأفريقية بعد قمة جبل كيليمانجارو في تانزانيا، ومن يصل القمة يكون له شرف تدوين اسمه على هذا النصب للذكرى. كما يتدفق على هذه الجبال هواء المحميات الطبيعية، وخصوصاً محمية توبقال، كذلك توجد أيضاً ركوب الدراجات على الجبال.

يوجد أيضاً ماراثون الصحراء هو سباق التحمل عبر الصحراء الكبرى في المغرب وأصعب ما في ذلك السباق هو أن درجة الحرارة فيه تصل إلى ٥٠ درجة مئوية. ويركض المتسابقون على أرض رملية وصخرية.^(٢)

١- جبال المغرب.. تلوج للرياضات الشتوية وشلالات لربط المرتفعات بالسهول:
<http://www.sfari.com/forums/sfari9/travel19630/>, accessed: Jul, 2011.

٢- أصعب ١٠ سباقات في العالم لـ "أقوى الأهلوية":
<http://www.actionha.net/articles/4069>, accessed: July, 2011.

سابعاً : السياحة القروية: (*)

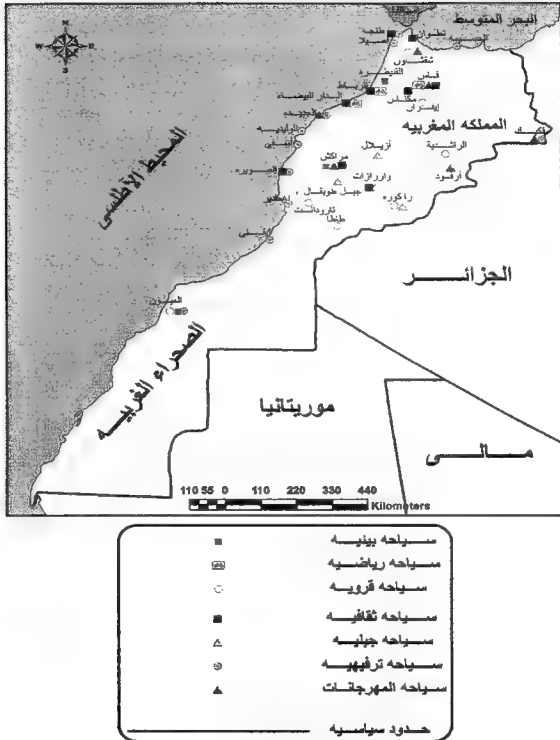
تعد هذا النمط في المغرب رهانا حقيقيا لتطوير وتنمية القطاع السياحي كما وكيفا وقد تم وضع هذا النمط كاحد اولويات الرؤية الاستراتيجية للسياحة المغربية (رؤية ٢٠١٠) وبدأت تنمية هذا النمط منذ سنة ٢٠٠٤، وهويتطلب بالاساس توفير البنية التحتية كالطاقة الكهربائية والطرق ومياه الشرب.

وتتوزع المقاصد الخاصة بهذا النمط بين مناطق الأطلس والصحراء والريف. وهذا هو ما جعل المغرب، يعمل على تنمية هذا القطاع سواء بمناطق حديثة العهد بالأنشطة السياحية القروية مثل شفشاون، وإفرين، أوبنك المناطق التي توجد بها أنشطة سياحية لكنها تحتاج إلى التأهيل والدعم مثل الأطلس الكبير وصحراء الرشيدية، وورزازات وزاكورة.

وقد استهدفت الاستراتيجية بناء ٢٠ مأوى (منزل)، من بينهم ٩ بدأت في عرض خدماتها، في تارودانت، وتيزنيت، وورزازات، والحوز، وطاطا، وشوكا، أيت باها، والراشيدية، وزاكورة.

* ومعلوم أن مشروع السياحة القروية هذا، هو ثمرة برنامج للتعاون بين وكالة التنمية الاجتماعية المغربية والوكالة الفرنسية للتنمية. ويستفيد من الدعم المالي من الاتحاد الأوروبي بمساهمة عدد من الجمعيات المحلية، بهدف المساهمة في التنمية المحلية للمناطق المعنية وحفز اقتصاداتها كما يستهدف المشروع حفز الفرص للمغاربة القاطنين في القرى وحثهم عن اللجوء للهجرة. ويشجع أيضا المهاجرين المغتربين في الخارج على العودة إلى بلدهم والاستثمار فيها وهناك ماهوتحت التطوير في أقاليم الشمال: " بنطوان والعرائش، وأيضا بالمنطقة الشرقية بالإضافة إلى تلك المقرر إقامتها بالصحراء المطلة على الساحل الأطلسي.

خريطة توضح أنماط السياحة في المملكة المغربية



شكل رقم (٣)

ج. الواقع السياحي في المغرب:

يتضمن هذا الجزء استعراض الاسواق السياحية الرئيسية المصدرة الى المغرب كتعبير عن جانب الطلب الحالي، كما يتم استعراض حجم الطاقة الفندقية، ووسائل الوصول تمثيلا لامكانيات العرض السياحي الحالي في المغرب.

• الاسواق السياحية الرئيسية:

جدول (٣١): الاسواق السياحية الرئيسية للمغرب ٢٠٠٩

الاسواق المصدرة	اعداد السائحين	النسبة من اجمالي السياحة الوافدة %
المغاربة القاطنون في الخارج	٤٠٤٨٢٧٩	٤٨.٥
فرنسا	١٦٩٩٢٠١	٢٠.٤
اسبانيا	٦٤٢٨١٧	٧.٧
المانيا	١٧٤٣٨٤	٢
المملكة المتحدة	٢٥٢٩٤٥	٣
ايطاليا	١٧٧٩١٥	٢.١
بلجيكا	١٨٨١٠٨	٢.٣
اخرى	١١٥٧٥٨٨	١٣.٩
الاجمالي	٨٣٤١٢٣٧	١٠٠

المصدر : وزارة السياحة المغربية، التطور السنوي لوصول السياح إلى نقط الحدود : ٢٠٠٩

www.tourisme.gov.ma/index_ar.htm, accessed: June, 2011.

يتضح من الجدول السابق^(٣٢) ان اهم هذه الاسواق المغربية القاطنون في الخارج، ثم الاوروبيون (فرنسا، اسبانيا، تليها المملكة المتحدة، ايطاليا، بلجيكا).

يوضح ايضا جدول (٣٢) ان مواطني الجزائر هم اكثر زائري المغرب نظرا للتقارب الجغرافي وسهولة اجراءات الحدود ٢٦.٧%، كما اتضح ايضا ان المملكة العربية السعودية اكثر دول منطقة الشرق الاوسط

* الجدول من اعداد الباحثة.

تصديراً للسائحين إلى المغرب بنسبة ١٩.٨% ثم تأتي تونس ٤.٦% بنسبة ٧.٧% وتتضاءل نسبة مساهمة باقي دول الخليج التي إجمالي السياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية إلى المغرب حيث تمثل السياحة الوافدة من الإمارات العربية المتحدة حوالي ٥.٦% بينما لا تتجاوز حجم السياحة الوافدة من باقي دول الخليج ٨%.

جدول (٢٢): السياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية إلى المغرب ٢٠٠٨^(٥)

الدولة	عدد السائحين (بالآلاف)	النسبة لإجمالي السياحة الوافدة من الدول العربية الإسلامية %
الجزائر	٥٨٦٥٠	٢٦.٧
المملكة العربية السعودية	٤٢٩٢٤	١٩.٥
تونس	٢٢٠٦٨	١٤.٦
الأردن	٤٦١٤	٢
عمان	٤٤٠٩	٢
مصر	١٦٩٧٧	٧.٧
ليبيا	١٦٠٢٦	٧.٣
الإمارات	١٢٣٨٤	٥.٦
الكويت	٧٥٦٢	٣.٤
لبنان	٧٥١٠	٣.٤
سوريا	٥٣٠٩	٢.٤
قطر	٢٨٨٢	١.٣
البحرين	٢٧٨١	١.٣
السودان	١٦٣١	٠.٧
العراق	١٥٣٧	٠.٧
اليمن	١٤٨١	٠.٧
فلسطين	١٠٩٠	٠.٥
المجموع	٢١٩٨٣٥	١٠٠

المصدر:

UNWTO, Year book of Tourism Statistics 2004 - 2008, 2010
edition, op.cit, pp.536,539

* للجدول من اعداد الباحثة.

- **الطاقة الفندقية:** تطورت عدد الاسرة من حوالي ٩٧٠٠١ سرير عام ٢٠٠١ الي ١٥٢٩٣٦ سرير عام ٢٠٠٨ وذلك بزيادة تقدر بحوالي ٥٨%، وتحتل مراكش واغادير والدار البيضاء اكبر نصيب من الطاقة الفندقية بالمملكة حوالي ٥٦%.

**جدول رقم (٣٣): حجم الطاقة الفندقية
موزعة على المدن السياحية بالمغرب لعام ٢٠٠٨. (*)**

المدن السياحية	الطاقة الفندقية (عدد الاسرة)	النسبة المئوية الى اجمالي الطاقة الفندقية %
مراكش	٤٤٣٩٤	٢٩
أكادير	٢٨٦٠٥	١٨.٧
الدار البيضاء	١٢٧٦٢	٨.٣
طنجة	٧٤٣١	٤.٩
فاس	٧٢٢٤	٤.٧
ورزازات	٧٠٠٦	٤.٦
الرباط	٤٨١٢	٣
تطوان	٤٣٥٩	٢.٨
مكناس	٣١٣٩	٢
الصويرة	٣٣٢٢	٢.٢
اخرى	٢٩٨٨٢	١٩.٥
المجموع	١٥٢٩٣٦	١٠٠.٠٠

المصدر: وزارة السياحة المغربية، الطاقة الفندقية:

<http://www.tourisme.gov.ma/arabe/5-Tourisme-chiffres/CapaciteHoteliere.htm>,

accessed: April, 2011.

- **طرق الوصول والانتقال الى المغرب:**
- **النقل الجوي:** يوجد في المغرب ١٢ مطارا رئيسيا تستقبل السائحين واهم المطارات اغادير (مطار المصرية)، مطار كازابلانكا (مطار محمد الخامس)، مطار الجديدة، مطار الصويرة، مطار الحسيمة،

• الجدول من اعداد الباحثة .

مطار الرشيدية، مطار العيون، مطار الناظور، مطار فاس، مطار مراكش (منارا)، مطار الرباط، مطار طنجة، مطار وجدة، مطار العيون.

وتعتبر Royal Air Maroc الناقل الجوي الوطني وتعمل على تشغيل خطوط للطيران المنتظم، كما أن هناك زيادة في أعداد الناقلات ذات التكلفة المنخفضة LCC، هناك أيضا شركات أخرى تعتمد على رحلات الطيران العارض أو منخفضة التكاليف^(*) كما وقعت المغرب على اتفاقية السماوات المفتوحة مع الاتحاد الأوروبي.

ويعتبر مطار كازابلانكا هو المطار المحوري سواء للرحلات الداخلية أو الدولية.

- النقل البري والسكك الحديدية: تمتد داخل المملكة شبكة من الطرق يصل طولها إلى ٥٧٧٩٩٠٠ كم، ولديها شبكة للسكك الحديدية تمتد بطول ١٩٠٧ كم عبر مؤسسة "ONCF" حيث تقدم خدمة السفر بالقطارات بين المدن الرئيسية مثل كازابلانكا، الرباط، مكناس، طنجة، فاس.

- النقل البحري: يوجد بالمغرب عدد من الموانئ الرئيسية مثل ميناء كازابلانكا، أغادير، الناظور، صافي، طنجة. ويصل إليها سنويا ما يقارب ربع مليون سائح.

* من أهم هذه الشركات موندإير وهي شركة طيران مغربية تتخذ من أغادير مقرا لها، وشركة جيت فور يووهي شركة طيران مغربية خاصة، تعمل بنظام الطيران منخفض التكلفة. كذلك توجد شركة أطلس بلووهي شركة طيران مغربية خاصة، كانت تتبع نظام الطيران منخفض التكلفة، وهي شركة فرعية لشركة الخطوط الجوية الملكية المغربية وقد تم إدماج أطلس بلومع الخطوط الملكية المغربية مع نهاية ٢٠٠٩ العربية المغرب هي شركة طيران مغربية خاصة، تعمل بنظام الطيران منخفض التكلفة، وهي إحدى الشركات التابعة لشركة العربية للطيران، وتعد العربية للطيران المغرب مشروع مشترك بين شركتي العربية للطيران، والخطوط الجوية المغربية.

٢- ملامح رئيسية لاستراتيجيات التنمية السياحية في دول التكتل المختارة (*) :

كان من الضروري الاطلاع علي استراتيجيات التنمية السياحية في دول التعاون المختارة بما يسمح بالتعرف علي الاهداف الاستراتيجية للتنمية السياحية في كل منها بما يعد نقطة البدء في التعرف علي الجوانب الممكن التعاون وتنسيق العمل فيها سواء فيما يتعلق بتنمية السياحة البيئية او الدولية، وفيما يلي اهم الملامح الرئيسية لاستراتيجيات التنمية السياحية في الدول المختارة.

١: ملامح استراتيجية التنمية السياحية في مصر:

تستهدف إستراتيجية السياحة المصرية:

أ- الترويج لمصر كمقصد سياحي متنوع في الانماط السياحية على مدار العام وموئل لزيارة متكررة وذلك من خلال استخدام عدد من الوسائل الترويجية المختلفة دوليا واهمها الحملات الاعلانية عبر استخدام الاذاعة والتلفزيون والصحافة والانترنت مع دعم شبكة مهنية Co-Publicity مع كبرى شركات السياحة بالخارج لتكوين شراكة تسويقية بهدف تحفيز وزيادة حركة البيع المباشر لمصر.

ب - تحسين صورة المنتج السياحي للمصرى على المستوى الدولى والعمل على تحقيق أعلى مستوى من الجودة فى الخدمات التى يتلقاها السائح والحرص على تناسب هذه الخدمات وأسعار الرحلات السياحية.

ج- الاهتمام بالسياحة البيئية ترويجيا عن طريق القوافل العربية، ومهنيًا عن طريق التعاون في مجال التدريب، وناهيل العمالة.

د- برنامج دعم الشارتر وهونوع اخر من برامج لشراكة التسويقية مع كبرى شركات الطيران العارض.

هـ- مواصلة تنمية وتسويق ودعم الانماط السياحية الفلكية مع استحداث انماط سياحية جديدة ومراكز سياحية جديدة في إطار التنمية السياحية

* يستعرض هذا الجزء الملامح الرئيسية لهذه الاستراتيجيات ولمزيد من الاطلاع راجع المواقع الالكترونية لوزارات السياحة للدول الثلاث، وراجع ايضا: لمياء حفني، اعمال شركات السياحة ووكالات السفر، الاسكندرية : دار الفواء لعنوا الطابعة والنشر، ٢٠٠٨، ص ص ٢٦ - ٢٨.

المستدامة، وتشجيع الاستثمار بشكل عام وفي هذه الانماط بشكل خاص من خلال تقديم تيسيرات وحوافز للمستثمرين وتطوير الإطار القانوني والمؤسسي.

ب: ملامح استراتيجية التنمية السياحية في تونس

(المخطط الثاني عشر للتنمية ٢٠١٠-٢٠١٤):

١. مواصلة تنمية وتسويق ودعم الانماط السياحية القائمة خاصة السياحة الترفيهية الشاطئية - سياحة الجولف - السياحة الثقافية - السياحة العلاجية - السياحة الصحراوية مع وضع استراتيجية اتصال وحملات دعائية خاصة بالمنتجات السياحية ذات القيمة المضافة العالية لاسيما سياحة المسنين وسياحة الأفراد tourism individual

٢. ملائمة إستراتيجية التسويق لتطورات السوق السياحية العالمية مثل:
أ- استخدام شبكة الانترنت في تسويق المقصد التونسي تماشياً مع التطور المطرد لاستعمال الانترنت في العالم
ب- تكثيف البرامج التثقيفية والتظاهرات الثقافية خاصة المهرجانات الدولية.

ج- فتح الأجواء أمام شركات النقل الجوي المنخفض التكلفة Low Cost Carrier (LCC)

د- مواصلة تدعيم سياحة الجوار الموجهة للأسواق الليبية والجزائرية.
١- إرساء ثقافة الجودة صلب المؤسسات السياحية من خلال إعادة تصنيف منشآت الإقامة طبقاً للمواصفات الجديدة ٢٠٠٥ للارتقاء بالمنتج السياحي التونسي من خلال الاستغلال الامثل للمقومات السياحية وتعزيز البنية الأساسية.

ج. ملامح استراتيجية التنمية السياحية في في المغرب (رؤية ٢٠٢٠):

تهدف رؤية ٢٠٢٠ إلى:

١- جعل المغرب من بين الوجهات السياحية العشرين الأولى على مستوى العالم، ومضاعفة عدد الوافدين من السياح الأجانب وتنمية مناطق سياحية جديدة.

٢- نركز رؤية ٢٠٢٠ على محاور الجودة والتنمية المستدامة وبذلك سيأخذ المغرب بعين الاعتبار حماية الموارد الطبيعية والحفاظ على الأصالة الاجتماعية- الثقافية للجهات والتنمية ورفاهية السكان المحليين.

٣- تعمل هذه الإستراتيجية الطموحة إلى توجيه تدفقات الاستثمارات نحو تطوير منتجات سياحية جديدة، من خلال تعبئة قوية للموارد المالية الوطنية والدولية، وذلك من خلال انشاء صندوق مغربي للتنمية السياحية بالتعاون بين الدولة والقطاع السياحي، ومن جهة أخرى وضع شراكة مستدامة مع صناديق الدول الصديقة المستعدة لدعم هذا البرنامج الاستثماري.

رابعاً: ملاحظات عامة على الاستراتيجيات الثلاث:

من خلال الاطلاع الكامل على الاستراتيجيات الثلاث تبين ما يلي:

أولاً: وجود شيء ثابت في الاستراتيجيات الثلاث وفقاً لمهام ورؤية الوزارات وهو اعتبار صناعة السياحة شريكا أساسيا في الاقتصاد، والرغبة في تحقيق اهداف اقتصادية كمية مثل: خلق فرص العمل، زيادة القدرة الاستيعابية للفنادق، وزيادة اعداد السائحين للوافدين وذلك في اطار خطة قواعدها الجودة والتنمية المستدامة تستهدف رفاهة المواطن مع لحداث شراكة بين القطاع الخاص لقطاع الاعمال وبين الحكومة.

ثانياً: وجود هدف التعاون الاقليمي في السياحة البيئية في مصر بالتركيز على الحملات الترويجية والتعاون المهني، بينما يتواجد في استراتيجية المغرب في صورة استثمارات سياحية، ويقتصر في الاستراتيجية التونسية على جذب اسواق المغرب العربي دون الاهتمام بالسياحة الوافدة من الشرق الاوسط ويؤكد ذلك انخفاض نصيب تونس من السياحة الوافدة من الشرق الاوسط لاقل من ١%.

ثالثاً: تتفق الاستراتيجيات الثلاث في الحفاظ على النصيب السوقي من الاسواق التقليدية، والانماط السياحية القائمة مع الرغبة في استحداث انماط سياحية جديدة خاصة لسياحة الاهتمامات الخاصة، وفتح اسواق جغرافية جديدة.

رابعاً: اكدت استراتيجية تونس ومصر علي ضرورة استخدام شبكة الانترنت في تسويق المقاصد.

يتبين مما سبق انه من الممكن ان تتعاون الدول الثلاث في تنمية وتسويق انماط سياحية محددة في اطار التنمية المستدامة التي تحافظ علي الاتصال الثقافية والاجتماعية لهذه المقاصد وفي نفس الوقت تسهم في تحقيق الاهداف الاقتصادية المرجوة وذلك سواء علي مستوي البرامج السياحية او علي مستوي المشروعات المشتركة.

وبناء علي ماسبق عرضه تبين ما للدول الثلاث من اسس يمكن علي اساسها وضع استراتيجية للتعاون الا انه من الضروري ان يتم ايضا عرض كافة المعوقات المتوقعة في سبيل قيام مثل هذا التعاون وهذا ما سيتم تناوله في الجزء التالي.

ثانياً: المعوقات المتوقعة في سبيل التعاون

ثانياً: المعوقات المتوقعة في سبيل التعاون

أولاً: معوقات عامة:

١. معوقات سياسية:

١. ضعف الإرادة السياسية لانفاذ اتفاقات للتعاون الاقتصادي بصورة عامة مما يؤدي الي عدم التزام صانعي القرار بتنفيذ الاتفاقيات وازالة الصعوبات التي تعرقل انفاذها، او تؤخر تنفيذها؛ مما قد يعني ظهور بعض التقلبات الطارئة سواء اقتصادية او سياسية داخلية او اقليمية او دولية جديدة تواجه تطبيق الاتفاقيات.^(١)

٢. مواجهة محاولات التعاون الاقتصادي العربي من خلال بعض مشروعات التعاون الاقتصادي كالمشاركة الاوروبية المتوسطية^(٢) والمشرق اوسطى، مما يؤدي الي انحياز عدد من الدول العربية الاسلامية لبعض الدول الاجنبية ذات للتاثير السياسي والنقل الاقتصادي نتيجة بعض العلاقات والمصالح الاقتصادية المشتركة علي حساب التعاون العربي خاصة مع قيام الشراكة الاوروبية مع الدول العربية الاسلامية علي اساس منفرد، ويدلل علي ذلك الانخفاض النسبي لحجم السياحة البينية الي اجمالي السياحة الدولية الوافدة من اوروبا الي دول النكتل المختارة.^(٣)

٣. ارتباط العلاقات الاقتصادية بين الدول العربية الاسلامية بالعلاقات السياسية بينها مما يجعل اقامة اي تعاون اقتصادي بينها مرتبطاً بحالة الرضا السياسي للمتبادل دون النظر لسي اعتبار المصلحة الجماعية^(٤)، وبناء علي ذلك فان لية صورة من صور التعاون

١- حربي محمد موسى عريقات، التكامل الاقتصادي العربي وتحديات ظاهرة العولمة، بحوث اقتصادية عربية، السنة التاسعة، العدد العشرون، صيف ٢٠٠٠، ص ٧٠

٢- حميد الجميلي، مستقبل الاقتصاد العربي في ضوء متغير الشرق اوسطية الاقتصادية، مجلة الوحدة الاقتصادية العربية، العدد ٢٤، السنة الرابعة عشرة، يونية ٢٠٠٢، ص ص ١٩- ٥١.

٣- راجع الفصل الثاني.

٤- عمري عمار، مرجع سابق، ص ١٨٨.

الاقتصادي بين الدول العربية الاسلامية تصبح مهددة بالتوقف لاي خلاف سياسي او اختلاف في معالجة قضايا المنطقة ويزداد الامر تعقيدا في حال التعاون السياحي حيث ان السياحة لا يمكن ان تتسع قاعدتها الا في ظل الامن والسلام.^(*)

كذلك تؤثر الحالة الامنية في الدول المختارة علي اماكن تحقيق اية صورة من صور للتعاون المشترك خاصة مع حدوث الثورتين المصرية والتونسية ٢٠١١، ومع عدم تحقيق المغرب ومصر مزايا تنافسية في القائمة الخاصة بالأمن والامن في جدول تنافسية السياحة والسفر ٢٠١١.

٤. يمثل قوة النزعة القطرية احد اهم معوقات التعاون ويتمثل بوضوح في مفهوم السيادة الوطنية، وقد كانت هذه النزعة السبب الرئيسي في اضعاف اية قرارات او مشروعات تعاون^(١)، لما يتطلبه التعاون من ضرورة تقليص بعض سلطات الدولة في صناعة القرارات الاقتصادية، وتغليب القرارات فوق القومية supra-national ، وتعزز المشروعات التكاملية الاقليمية غير العربية كالتشرق اوسطية من قوة هذه النزعة نظرا لانها تؤدي الي مكاسب قطرية دون المصلحة القومية العربية لصالح المصالح الاسرائيلية الامريكية التي تحاول اعادة هيكله الاقتصادات العربية بما يعمق نموا فريدا غير متكافئ للاقتصادات العربية منفردة^(٢) خاصة ان اختلاف المستويات الاقتصادية يشكل عائقا امام محاولات التعاون الاقتصادي بين الدول العربية الاسلامية.^(٣)

٥. ضعف الديمقراطية والمشاركة الشعبية نسبيا في التصديق علي أية اتفاقيات تعاون عن طريق البرلمان، نتيجة تفشي الامية وتردي مستوى التعليم والثقافة بشكل كبير في مجتمعات الدول العربية

* راجع الفصل الثالث.

١- ثروت غطاس، مرجع سابق، ص ٩٤، ٩٥

٢- حميد الجميلي، مرجع سابق، ص. ٣٣.

٣- ثروت غطاس، مرجع سابق، ص. ٨٥.

الاسلامية عموماً^(١)، ولو انه من المتوقع ان تزداد المشاركة الشعبية نتيجة تنامي وعي الشعوب العربية المصرية والتونسية، وإدراكها لحقوقها السياسية وضرورة المشاركة في صناعة مستقبلها السياسي والاقتصادي والاجتماعي والذي تبلور بوضوح في قيام هذه الشعوب بثورات شعبية خالصة مع بدايات عام ٢٠١١.

٦. انشغال حكومتي تونس ومصر في الوقت الحالي بقضاياها الداخلية، وإعادة بناء الدول داخليا خاصة بعد الثورات الشعبية التي قامت في كلتا الدولتين. وعلي الرغم من ان ذلك يعد من قبيل العوامل الموقفة الا ان دراسة عبد الحميد الزقلمي ٢٠٠٦ اشارت الي الانشغال بالقضايا الداخلية بعد استقلال الدول العربية الاسلامية بصفة عامة من الاستعمار كانت سببا رئيسيا في اضعاف متابعة اتفاقات التعاون المبرمة بالفعل.

بـد موقفات اقتصادية:

١. عدم توافر الادراك الكافي لدي صانعي القرار بالفوائد بعيدة المدى للتكامل الاقتصادي ويرجع ذلك الي تركيز صانعي القرار علي المصالح العاجلة علي حساب المنافع الاجلة، بالإضافة الي تضارب المعلومات الواضحة والصحيحة حول الواقع الاقتصادي للدول الراغبة في انفاذ اتفاقيات التعاون^(٢) خاصة وان الدول النامية بصفة عامة تعاني من نقص البيانات بل وتضاربها احيانا، هذا بخلاف ضعف اليات التنفيذ اللازمة للاتفاقيات.^(٣)

٢. تعاني الدول النامية بصفة عامة من نقص الدراسات الكافية لتحديد اعباء ومكاسب التعاون الاقتصادي (تحليل التكلفة/المنفعة)، وكيفية توزيعها مما يؤدي الي عدم وضوح أهمية التعاون او دوره في تحقيق التنمية والاسراع بها في هذا المجال^(٤) بالإضافة الي عدم العدالة في توزيع المكاسب في إطار التعاون.^(٥)

١- ثروت غطاس، مرجع سابق، ص ٩٦.

٢- عماري عمار، مرجع سابق، ص ١٨٤، ١٨٣.

٣- يحيي عبد الغني ابو الفتوح، مرجع سابق، ص ٢٨ - ٢٩.

٤- سماح احمد فضل، مرجع سابق، ص ٦٩.

٥- اماني رفعت، مرجع سابق، ص ٢٥.

٣. افتقار الدول العربية الإسلامية إلى البنية الأساسية الكافية والجيدة للربط بينها خاصة شبكات السكك الحديدية والنقل البري والبحري، حيث تعاني مصر والمغرب من ضعف جودة البنية الأساسية للنقل الجوي كما تعاني دول التعاون الثلاث من انخفاض كثافة الطرق البرية وتعاني مصر والمغرب من نقاط ضعف تتعلق بشبكة النقل البري وجودة الطرق وكذلك البنية الأساسية للموانئ البحرية كما تعاني مصر إضافة إلى ذلك من نقطة ضعف في البنية الأساسية للسكك الحديدية كما لا يوجد حتى الآن خط سكة حديد يربط بين مصر وتونس علي الرغم من إمكان تنفيذ ذلك^(١)، كما تعاني تونس نقاط ضعف تتعلق بكثافة المطارات وخطوط الطيران العاملة، وذلك وفقا لجدول تنافسية السياحة والسفر ٢٠١١ بما يضعف الارتباط بين الدول.^(٢)

هذا بالإضافة إلى ما تعانيه الدول الثلاث من ضعف عام في البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات.^(٣)

٤. ضعف دور القطاع الخاص بصفة عامة علي مستوي منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقية بالإضافة إلى ضعف المعرفة الفنية بصفة عامة في المشروعات السياحية داخل الدول العربية الإسلامية مما يؤدي إلى استيراد هذه المعرفة من الدول الأخرى.^(٤)

١- في مقابلة شخصية أجرتها الباحثة مع السيد مدير إدارة هندسة السكك الحديدية بالاسكندرية بتاريخ ١٨ يوليو ٢٠١١ تبين إمكان مد خط سكة حديد بين دول منطقة شمال افريقية الا ان العقبة الرئيسية كانت في عدم وجود سكك حديد في اقرب دولة الي مصر وهي ليبيا، الا ان ليبيا بدات في مد خط سكة حديد داخلها وبالتالي يصبح من السهل ربط خط سكة حديد عبر الحدود حيث تم عمل دراسة تخطيطية لامكان خط سكة حديدية بين السلوم كنقطة حدودية مصرية وطريقة كنقطة حدودية في ليبيا ثم يكون من السهل بعد ذلك ربط خط حديدي بين ليبيا وتونس.

٢- فليح خليف، اقتصاديات الوطن العربي، عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤، ص ٢٩٥، وراجع اماني رفعت، مرجع سابق، ص ٥١٠.

* راجع الفصل الخامس

٣- سماح احمد فضل، المشروعات العربية المشتركة ودورها في تحقيق التكامل الاقتصادي العربي، الاسكندرية : مكتبة الوفاء القانونية، ٢٠١٠، ص ص ١٥٣،

١٥٥.

٥. تدخل أجنداث تحرير التجارة في الخدمات مع أية اتفاق تعاون من الممكن ان يتم إبرامه بين الدول المختارة خاصة في ظل اتفاقية تحرير تجارة الخدمات جاتس (متعددة الاطراف) من جهة، وفي ظل تنوع القطاعات الخدمية واختلاف طبيعتها (وخصوصا الخدمات السياحية) من جهة اخرى، كل ذلك يجعل من الضروري مراعاة مواقف الجهات الحكومية وغير الحكومية المنظمة، والجهات الموردة والمستهلكة للخدمة مما يؤدي الي تشتت الجهود المحلية لمحاولة تحرير التجارة في الخدمات، خاصة مع تعدد الجهات المسؤولة عن القطاعات الخدمية وتجارة الخدمات في الدول العربية الاسلامية المختارة مما يشكل عائقاً أمام المسؤولين والمفاوضين لاتخاذ قرارات بشأن التحرير، ويؤكد ذلك ان تونس تختلف عن المغرب ومصر بشأن التزاماتها بتحرير قطاعي الارشاد السياحي ووكالات السفر حيث سمحت الاخيرتان بتحريرهما بينما لم تتقدم تونس بشأن ذلك باية التزامات لمنظمة التجارة العالمية^(١)، وقد اشار دليل التنافسية للسياحة والسفر ٢٠١١ الي ان تونس تعاني نقطة ضعف تتعلق بالتزاماتها في اتفاقية جاتس.

٦. كذلك فان ضغوط المصالح الاقتصادية الشخصية لبعض رجال الأعمال في صالح الانفصالية الاقتصادية قد تؤدي الي مقاومة التعاون خاصة مع قوة رجال الأعمال الضاغطة اقتصاديا وسياسيا في ظل اقتصاديات السوق.^(٢)

٧. عدم ضمان التاكيد علي وجود الالية المناسبة والرادعة لفض المنازعات قد تكون سببا في عدم استكمال اية محاولات للتعاون بين الدول العربية الاسلامية^(٣) حيث انه في ظل عدم وجود هذه الالية لا يتحقق التنفيذ الكامل والسليم لاي اتفاق تعاون حيث يمثل عدم وجودها بصورة منظمة حجر عثرة امام حل اية مشكلة تجارية في حال حدوثها.^(٤)

١- صالح شعراوي، مرجع سابق.

٢- ثروت غطاس، مرجع سابق، ص ٩٥.

٣- فليح خليف، مرجع سابق، ص ص ٣٠١، ٣٠٢.

٤- المركز المصري لدراسات التصدير والاستيراد، الية فض المنازعات التجارية في منظمة التجارة العالمية :

<http://www.ecsei-eg.com/WTO%20Dispute%20settlement.pdf>,

accessed: Jul. , 2011.

مجموعات قانونية وتشريعية:

يتمثل بالأساس في غياب التنسيق بين الأجهزة المختلفة داخل، وبين دول التعاون المختارة باعتبارها دولا نامية مما يسهم في اعاقه اتخاذ اجراءات التعاون الاقتصادي، بالإضافة الي صعوبة تنسيق القوانين والتشريعات بين الدول.^(١) وتعاني المغرب ومصر من نقاط ضعف خاصة فيما يتعلق بتكلفة بدء النشاط، وضمان حقوق ملكية المشروعات وكذلك فيما يتعلق بانثر قواعد العمل علي انتشار الملكية الأجنبية، وكذلك فيما يتعلق بشفافية السياسات الحكومية وفقا لجدول تنافسية السياحة والسفر لعام ٢٠١١ مما يؤدي الي فقدان الثقة في مناخ الاستثمار في دول التعاون المختارة من قبل الدول الأخرى، ويعوق التعاون المشترك في مجال الاستثمارات السياحية من جهة أخرى خاصة مع تحقيق تونس مزايا تنافسية ذات مراكز متقدمة في هذه العناصر.^(*)

د مجموعات ثقافية:

١. حدثت فكرة وجود نمط للسياحة الإسلامية التي تتطلب بالضرورة التزاما تاما بالشريعة الإسلامية في جميع الممارسات المتعلقة بهذا النمط خاصة في ظل ما هو معروف من عداة غربي ضد كل ما يتسم بصبغة إسلامية.

بالإضافة الي سيادة الاخلاقيات كعامل بارز في اسلوب تنمية سياحة التراث الإسلامي ويزداد الامر صعوبة خاصة مع سيطرة الشركات دولية النشاط علي النشاط السياحي في الدول المختارة بما يجعلها تتحكم في انماط السياحة والاسواق المستهدفة لا يدفعها في ذلك سوي تحقيق ارباح مضمونة في اطار الاسلوب الغربي لتنمية السياحة والذي لا يأخذ في الاعتبار اية جوانب ثقافية واجتماعية الا في حدود ضيقة، مما يعني ضرورة لبراز مصلحة اقتصادية محددة المعالم لهذه الشركات من اجل تقبل وجود هذا الانماط الجديدة بالتنسيق مع الانماط القائمة.

١- سماح احمد فضل، مرجع سابق، ص ١٥٥، وراجع ايضا عماري عامر، مرجع سابق، صفحات متفرقة.

* راجع الفصل الخامس.

كذلك فإن هناك انقساماً بين العاملين في المجال السياحي حول قبولهم أو رفضهم التعامل وفق نمط السياحة الغربية الذي لا يبالى بالسلوكيات الإباحية، فبعضهم يرى أنه على الرغم من صعوبة التعامل في بداية مجال العمل يقيم تتعارض مع الإسلام إلا أن الأمر لم يعد صعباً بطول ممارسة العمل وذلك رغم التزامهم بالصلاة، كما يرى هذا الفريق أن مسألة بيع الخمور تدر دخلاً، أما المجموعة الأخرى فيرون أنهم مضطرون للعمل في ظل هذه الأجواء.^(١)

لم يقتصر الانقسام على العاملين فقط وإنما كانت المنظمات الحكومية طرفاً في الأمر عندما رفضت وزارة السياحة قرار إمام الجامع الأزهر بضرورة ارتداء الساتحات الأجنبية رداء الشادور الإيراني "الإسدال" عند رغبتهم في زيارة المسجد؛ حيث استندت الوزارة في رفضها على عدم الرغبة في إجبارهم على ارتداء زي موحد إلا أن هذا الموقف يحمل في مضمونه إخلالاً بقضية ومكانة الأزهر الشريف، ويعد تعدياً على رغبة السكان المحليين في المحافظة على تقاليدهم الدينية، كما أن هذا الموقف يتنافى مع احترام المائح الأجنبي وتفهمه لطبيعة الحياة في الدول الإسلامية عامة.^(٢)

وفي المغرب كانت وزيرة التنمية الاجتماعية والتضامن قد طالبت بمنع رفع أذان الفجر حفاظاً على السياحة وهوء وراحة السائحين.^(٣) وفي تونس هناك انقسام وجدل مستمر حول الآثار السلبية للسياحة الدولية على المجتمع التونسي خاصة ولن تونس خلافاً لباقي الدول

1- Fleishman, J. & and El-Hennawy, N." In Egypt, tourism and Islam live uneasily side-by-side, *Los Angeles Times*, October 07, 2007 <http://travel.latimes.com/articles/la-trw-in-egypt-tourism-and-islam-live-uneasily-side-by-side7oct07>, accessed: Jul, 2009.

٢- ورد ذلك بموقع العربية بتاريخ ٢٢ أبريل ٢٠٠٩ :

www.alarabiya.net/, accessed : Jul. 2011.

٣- ورد ذلك بموقع العربية بتاريخ ٦ أبريل ٢٠٠٨، تحت عنوان :

حفاظاً على راحة السياح الأجانب: وزيرة مغربية تطالب بمنع أذان الفجر! ؟
مطلب الوزير أثار جدلاً واسعاً بالملكة :

<http://www.djazairress.com/elbilad/18509>, accessed: Jul., 2011.

العربية الإسلامية منقسمة بين التوجهين الأوروبي والعربي، إذ تمثل تونس مجتمعا أكثر انفتاحا علي المجتمع الأوروبي مع وجود تعارض واضح بين عدد من ممارسات السائحين، وبين القيم الإسلامية خاصة مع اعتماد تونس بصورة رئيسية علي السياحة الترفيهية الشاطئية التي تستغذ بممارساتها مشاعر المسلمين خاصة المتشددین منهم مما جعلهم يعتبرون السياحة عاملا رئيسيا للتغير الاجتماعي والثقافي بما يضر بالقيم الإسلامية سواء علي مستوى الأزياء، أو اللغة، أو ملامح الثقافة الأخرى كالتقاليد والعادات ومدي الانفتاح في الاختلاط بين الجنسين.^(١)

٢. ما يسيطر علي العقلية العربية عموما من عشوائية واندفاع عاطفي مما يجعل مشروعات العمل العربي المشترك عرضة للتأرجح نتيجة لاية حوادث عرضية مما يفقدها ثباتها واستمرارها ويؤدي الي تراجعها وفقدان أهميتها علي أقل تقدير.

٣. تفضيل عنصر الامان وتجنب المخاطر لدي اصحاب رؤوس الاموال مما قد يتسبب في الابتعاد عن التجديد والابتكار، وتفضيل الاستثمار في الانماط السياحية التقليدية التي تدر عوائد سريعة ومضمونة نسبيا. كما أن أي اتفاق يتم ابرامه بين الدول العربية يقوم في البداية بحماس شديد الا ان التنفيذ اما ان يتأخر أو يتوقف علي ارض الواقع، فمثلا منذ عام ٢٠٠٩ تم عقد ورشة عمل للسياحة العلاجية بين مصر وتونس ولم تحدث توأمة حتي هذ الوقت، كما لا يزال هناك مشروع مقترح عن التعاون مع المغرب في مجال السياحة البيئية والقضاء علي الفقر في اطار التنمية المستدامة تحت رعاية الامم المتحدة.^(٢)

٤. توجد ايضا مشكلات اجتماعية قد تحول دون الاستغلال الامثل للأراضي مثل وضع اليد والذي يمارسه البدو للاستيلاء علي

1- Poirier, R.,A., op.cit, PP. 166-167.

٢- اشارت الي ذلك مدير عام العلاقات الدولية بوزارة السياحة المصرية في مقابلة شخصية اجرتها معها الباحثة بتاريخ ١٢ مايو ٢٠١١ وكلت ان هذا العامل يمد في مقدمة معوقات التعاون.

الأراضي وهي مشكلة تواجه الحكومة والمستثمرين معا في منطقة الساحل الشمالي المصري.^(١)

ثانياً: موقوفات خاصة بالاستراتيجية:

١- استثمار الاستراتيجية علي انماط سياحية جديدة:

هذه الانماط السياحية هي نمط السياحة الإسلامية، والسياحة الثقافية الخاصة بالتراث الإسلامي من منظور اخلاقي، وهذه الانماط قد تستغرق وقتا حتي يمكن تطبيقها بكفاءة وانها تحتاج الي بحوث تسويقية لإعداد المنتج المقترح لتقديمه للسوق بصورة ملائمة لاحتياجات السوق المستهدفة وبما يضمن للتنفيذ بكفاءة.

٢- موقوفات الحصول علي تأشيرات الدخول^(٢):

٣- بالنسبة للسياحة البيئية:

- يشترط منح تأشيرة دخول مسبقة لمواطني تونس والمغرب الوافدين الي مصر، ومواطني مصر الوافدين الي تونس والمغرب ، وقد انعكس ذلك في صورة انخفاض في عدد السائحين الوافدين الي مصر من تونس والمغرب ،و منهما الي مصر حيث يبلغ عدد السائحين الوافدين الي مصر من تونس و المغرب ١٠٦٦٢٤ سائح وفقا لإحصاءات وزارة السياحة المصرية عام ٢٠١٠ حوالي ٥% من اجمالي السياحة الوافدة الي مصر من الدول العربية الإسلامية^(٣).
ووفقا لإحصاءات منظمة السياحة العالمية عام ٢٠٠٨، تستقبل المغرب ١٦٩٧٧ سائح من مصر وذلك بما يشكل ٧.٧ % من حجم السياحة الوافدة الي المغرب من الدول العربية الإسلامية، اما بالنسبة لتونس فلا تمثل السياحة الوافدة من مصر اكثر من

١- مقابلة شخصية مع مدير عام الشؤون الاقتصادية بالهيئة العامة للتنمية السياحية بتاريخ ٢٩ مايو ٢٠١١.

٢- تم الاستعانة في هذا الجزء بالمراجع التالية : وزارة الداخلية المصرية، مصلحة الجوازات والهجرة والجنسية، مرجع سابق.
التأشيرة السياحية قصيرة الاجل، مرجع سابق. وتأشيرة للدخول الي المغرب، مرجع سابق.

2- <http://www.tourism.gov.eg>, accessed: Jul., 2011.

٤٠٠% من حجم السياحة الوافدة من الدول العربية الاسلامية حيث

يبلغ عدد المصريين للوافدين الي تونس ١٠٢٤٠ سائح^(١)

- تشترط دول التعاون المختارة علي كل من لبنان ، الصومال ، السودان الحصول علي تأشيرة دخول مسبقة الي اراضيها . وتشترط كل من تونس والمغرب حصول مواطني سوريا والاردن علي تأشيرة دخول مسبقة لاراضيها ، كما تشترط مصر ذلك ايضا علي مواطني الجزائر .

هذا بالرغم من ان دول التعاون للثلاث تحوز مزايا تنافسية فسي متطلبات الفيزا للجنسيات الاخرى خاصة الاوروبية مما يعني عدم اعطاء الاهتمام الكافي للسياحة البيئية نسبيا .

٢- بالنسبة للسياحة الدولية :

- يشترط لمواطني مقدونيا ، والبوسنة والهرسك ، واوزباكستان ، وايران ، وتركمانستان ، واندونيسيا ، وبنجلاديش ، وطاجيكستان ، وكازخستان ، وقرغستان ، ورومانيا ، وبولندا ، وبلغاريا ، وسلوفاكيا ، وروسيا الاتحادية و روسيا البيضاء و كرواتيا وسلوفينيا والمجر ، ارمينيا ، مالوفا ، لوكرايا ، جورجيا ، والبنيا ، وافغانستان ، وباكستان^(٢) الحصول علي تأشيرة دخول مسبقة قبل الوصول الي مصر وكذا لتونس والمغرب ماعدا سلوفاكيا لكنتيها وروسيا الاتحادية بالنسبة للمغرب حيث يسمح بالدخول دون تأشيرة مسبقة ؛ ومن ناحية اخري تسمح تونس لدول ماليزيا ، وبروناي دار السلام بالسفر اليها دون تأشيرة دخول بينما تشترط المغرب ، ومصر الحصول علي تأشيرات دخول اليها من الوافدين من هذه الدول .

1- UNWTO, Year book of Tourism Statistics 2004-2008, op.cit , pp. 806-807.

٢- في مقابلة شخصية اجرتها الباحثة مع عميد شرطة مصطفى سلطان بادرة جوازات الاسكندرية بتاريخ ١٨ يوليو ٢٠١١ اشار سيادته الي ان الدول السابقة هي دول تتطلب دخول رعاياها مصر موافقات امنية مسبقة من خلال السفارة المصرية في هذه الدول لاعتبارات امنية كما ان المدة حوالي ٦ اسابيع .

يشير ذلك الي فقدان سوق هام لنمط السياحة الاسلامية، فقد اشار رئيس قطاع السياحة الدولية بهيئة تنظيم السياحة أن تأشيرة الدخول إلى مصر من كازاخستان تستغرق ١٥ يوما، في حين أن تركيا لا تستلزم الحصول على تأشيرة دخول إليها لأكثر من ١٢٠ دولة ولهذا السبب كان الفارق شاسعا من القادمين من كازاخستان إلى مصر وتركيا التي تبلغ ٣٠ ألفا إلى مصر و ٨٠٠ ألف إلى تركيا. وهذا الفارق ناتج عن إلغاء تركيا لتأشيرات الدخول إليها.^(١)

- تختلف مصر عن كل من المغرب وتونس في قواعد منح التأشيرة للاروربيين حيث لا تسمح سوي للوافدين من مالطة بدخول مصر دون تأشيرة دخول كما يمكن لغالبية الدول الاوروبية الحصول علي التأشيرة من موانئ الوصول، بينما يسمح لغالبية الدول الاوروبية بدخول تونس المغرب دون تأشيرة ماعدا البانيا ، قبرص ، التشيك و المجر و تنفق ايضا مصر معهما في ذلك . كما لا تسمح مصر لجميع الدول الافريقية بدخول البلاد دون تأشيرة دخول مسبقة فيما عدا غينيا بالاتفاق مع كل من تونس والمغرب بينما تسمح الاخيرتان بدخول مواطني دول شمال افريقية الاخرى والنيجر، ومالي وكوت ديفوار كما تسمح تونس وحدها بدخول مواطني غانا و جامبيا وليبيريا والسنغال بدون تأشيرة.

- كما تسمح مصر لمواطني الولايات المتحدة الامريكية و كندا وأستراليا ونيوزيلندا بالحصول علي تأشيرات دخول من بعضات مصر بالخارج و يمنحون تأشيرة من موانئ الوصول بينما تسمح تونس و المغرب للولايات المتحدة الامريكية بالدخول دون تأشيرة مسبقة ،كما تسمح المغرب لمواطني استراليا بالدخول دون تأشيرة مسبقة بينما تطلب تونس منهم الحصول علي تأشيرة مسبقة مما يشير الي ضرورة توفيق اوضاع الدول الثلاث بما يتيح للمهاجرين العرب باستراليا مزيدا من سهولة اجراءات الدخول.

١- ورد ذلك بجريدة اليوم السابع بتاريخ الأربعاء، ٢١ يوليو ٢٠١٠ تحت عنوان :
"مسئول بالسياحة: تأشيرات الدخول وراء تراجع عدد السائحين إلى مصر";

youm7.com , accessed, : Jul., 2011

جد جواز السفر^(١):

يشترط لدخول اية جنسية الدول الثلاث وجود جواز سفر ساري الصلاحية، ولا تسمح مصر بمنح اماكن الدخول ببطاقات الهوية سوي لمواطني الدول التالية: فرنسا وإيطاليا والبرتغال، بينما لا تقتصر تونس، والمغرب في منح تلك الميزة علي هذه الدول فقط بل تتجاوزها الي مواطني النمسا، بلجيكا، فنلندا المانيا، لوكسمبورج، هولندا، اسبانيا، سويسرا عند دخولهم كافراد بالنسبة للمغرب، وبشرط القدوم في جولة سياحية بواسطة وكالة سياحية الي تونس.^(*)

جدير بالذكر أن اعفاء المغرب للمسافرين من تأشيرة الدخول يشترط وجود جواز سفر أو وثيقة مماثلة معترف بها من طرف الدولة المغربية كما ان مدة صلاحية الجواز أو وثيقة السفر المماثلة يجب أن تستوفي على الأقل مدة الإقامة في المغرب (على الأقل ثلاثة أشهر)، كما ان مصر و تونس ايضا تمنح نفس المدة للتأشيرات السياحية.

د الحجر الصحي:

تشتترط كل من مصر وتونس الحصول علي تطعيمات معينة^(**) فيما عدا ركاب الترانزيت من غير المغادرين للمطار ومن يأتي بدون تطعيم يخضع للحجر الصحي، بينما لا تشتترط المغرب اية تطعيمات للوافد.

يتضح مما سبق ان هناك بعض الصعوبات في اجراءات الدخول الي دول التعاون المختارة مما يعوق تنمية السياحة الدولية والبيئية وفق الرؤية المقترحة للتعاون الامر الذي يستدعي معه بحث سبل تسهيل هذه الاجراءات سواء فيما يتعلق بالتأشيرات او الحجر الصحي، أو اماكن

١- عمرو على عبد الله على "تقييم إجراءات الحدود في مصر وأثرها على حركة السياحة"، رسالة ماجستير غير منشورة - كلية السياحة والفنادق جامعة حلوان ٢٠٠٧، ص ١٢٤ - ١٣٠.

* تمنح المغرب ايضا الجنسيات التالية هذه الميزة: النرويج، صربيا، الجبل الاسود، سلوفاكيا، سلوفينيا، السويد، نفس المرجع السابق، ص ١٢٤.

** التطعيمات المقصودة في مصروتونس ضد الحمي الصفراء خاصة من المغادرين او المتوقفين داخل البلاد الموبوءة، لمزيد من المعلومات، راجع : المرجع السابق، ص ص ١٣٠، ١٣١.

دخول السائحين الدوليين او الوافدين من الدول العربية الاسلامية ببطاقة الهوية.

وبناء علي ما تم التعرف عليه سالفا من اسس للتعاون، وما تم استعراضه من معوقات في سبيل اقامة هذا التعاون فانه من الممكن وضع رؤية استراتيجية واقعية للتنفيذ وهذا ما سوف يتم طرحه في الجزء التالي.

**ثالثاً : رؤية استراتيجية مقترحة
لتحديد امكانيات التعاون
بين الدول المختارة**

ثالثاً: رؤية استراتيجية مقترحة لتحديد امكانيات التعاون بين الدول المغتارة

اولاً: المنطلقات (الدوافع الرئيسية للتعاون):

١- انطلاقاً مما تواجهه الدول العربية الاسلامية من تحديات اقتصادية وثقافية وسياسية^(١) وما تحمله هذه التحديات من اثار سلبية على السياحة الدولية في الدول العربية الاسلامية في حال بقاء هذه الدول منفردة دون الانضمام الي كتل سياحي خاصة في ظل تنامي ظاهرة التكتل الاقليمي في ظل العولمة؛ ومن اجل مواجهة هذه التحديات فان المهمة الاساسية التي يجب علي هذه الدول وضعها في الاعتبار هو محاولة تكثيف العمل المشترك نحو تحديد امكانيات التعاون فيما بينها لتنمية السياحة الدولية والبيئية.

٢- ان هناك اتفاقاً نسبياً في اهداف استراتيجيات التنمية السياحية في دول التكتل المختارة كما ان هناك تنوعاً في عناصر الجذب وانماط السياحة، هذا بخلاف ان هذه الدول لديها من التراث الحضاري والعقدي واللغوي المشترك، بالإضافة الي تشابه الظروف الاقتصادية، مما يمكن معه تنسيقها معا وتحديد امكانيات التعاون بدلاً من التنافس.

٣- ان هناك اتجاهاً متزايداً في السياحة الدولية نحو زيادة الاهتمام بالسائح الفرد واحتياجاته ومتطلباته بالإضافة الي رغبة السائحين لزيارة اكثر من مقصد في رحلة واحدة بما يسمح بارتضاء تفضيلات متنوعة للسائح قد لا يوفرها زيارة مقصد واحد بالإضافة الي تقليل التكلفة والوقت.^(١)

٤- وجود محاولات عديدة للتعاون في السياحة الدولية والبيئية بين الدول العربية الاسلامية سواء علي مستوى الاتفاقات الثنائية، او

* راجع الجزء الاول من الدراسة.

1- Tussyadiah I. P., Kono, T. & Morisugi, H., " A Model of Multi - destination Travel: Implications for Marketing Strategies", *Journal of Travel Research*, Vol. 44, May 2006, P. 407

داخل المنظمات الاقليمية والدولية مثل جامعة الدول العربية، ومنظمة المؤتمر الاسلامي. ومنذ عام ٢٠٠٠، وحتى عام ٢٠٠٦ صدرت تقارير عن منظمة المؤتمر الاسلامي عن السياحة الدولية في الدول الاسلامية وتضمنت طرح عدة صور للتعاون بين الدول الاسلامية تتنوع بين اقامة المعارض، عقد المؤتمرات، انشاء موقع علي شبكة الانترنت للترويج للسياحة في الدول الاسلامية، تطوير منتجات سياحية مشتركة، تحفيز الاستثمارات المشتركة، تطوير التراث الاسلامي، بخلاف تسهيل انتقال السائحين. اما علي مستوي جامعة الدول العربية فيختص المجلس الوزاري العربي منذ عام ١٩٩٩ بتقديم الاقتراحات واستراتيجيات العمل نحو مزيد من التعاون بين الدول الاعضاء. في مجالات التنمية والتمويل والاستثمار السياحي والترويج، المعلومات والاحصاءات، التعاون الدولي، تسهيلات حركة السياحة العربية، تحرير تجارة الخدمات السياحية، التكامل الاستثماري، وجذب الاستثمار الخارجي^(١)، وهي قاعدة اساسية يتم انتقاء ما يمكن تنفيذه منها لتعظيم عوائده خاصة وان جميع ما طرح من اشكال التعاون لم يتم معالجته بما يعكس التعاون الامثل او يحقق الاهداف المرجوة.

ثانياً: القواعد الاساسية للتعاون:

١: استحداث رؤية استراتيجية لتقديم منتج سياحي متكامل بين مجموعة صغيرة من الدول العربية الاسلامية بصورة مبدئية حتي يسهل التنسيق فيما بينها خاصة في بداية خطوات التعاون؛ ويتم ذلك في اطار زمني محدد وليكن خمس سنوات وبصورة متزامنة في كافة مجالات للتعاون الممكنة التحقيق واقعيًا من اجل الحصول علي

١- المملكة العربية السعودية ، الهيئة العليا للسياحة ، ' دور السياحة في تنمية التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية: رؤية مقترحة لتنمية التعاون في المجال السياحي'، ورقة الهيئة العليا للسياحة - المملكة العربية السعودية المنتدى الاول للسياحة في البلدان الاسلامية المملكة العربية السعودية، جدة، ١٨-٢٠/١٠/١٤٢٨هـ، ص ص ٣،٢.

المردود الاقتصادي المتوقع بما يعزز مزيدا من التعاون في مجالات أكثر، وبين عدد أكبر من الدول نظرا لتناسب منطلقات واهداف الاستراتيجية مع كافة الدول العربية الاسلامية.

٢: ان تتسم امكانيات التعاون المقرر تحديدها بين الدول العربية الاسلامية المختارة كاطراف التعاون بالاصالة والتميز امام المنافسين بحيث تحقق الاغراض التالية:

أ- صياغة برنامج تسهم في الحفاظ علي الهوية العربية الاسلامية في ظل العولمة.

ب-رفع قدرة دول التكتل في مواجهة المشروعات البديلة للتكتلات السياحية الاخرى بموقف موحد ومعالم مميزة وليس مجرد رد فعل لمواجهة الآثار السلبية لوجود التكتلات السياحية الاخرى؛ بحيث يتم ترويج الانماط السياحية المقترحة في اطار الاستراتيجية كمنتج تسود فيه السمات العربية الاسلامية بقيمها وتقاليدها واعرافها مما يمنحها التقرد امام كافة الأسواق المستهدفة في اطار الاستراتيجية المطروحة^(١) مع وضع اليات تنفيذية ملائمة.

ج- ابراز المصلحة الاقتصادية والثقافية في مجالات التعاون المقترحة لكافة أطراف التعاون.

٣: ان تسير هذه الرؤية نحو تنمية اقتصاد ساحلي مستدام وصيانة التراث الثقافي حيث انه من الضروري التعامل مع السياحة الدولية من خلال رؤية جديدة محركها دورها كقوة اجتماعية في الاحتفاظ بالثقافات، وترويج السلام، والتفاهم كما يري Desbiolles, F.H , 2006. وهي رؤية توفيقية وليست بديلة تتضمن اعادة النظر في استراتيجيات التنمية السياحية القائمة بما يسهم في التاكيد علي البعد

١- نبيل زعل الحوامدة، موفق عدنان الحميري، الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون : منهج، اساليب وتحليل رؤية فكرية جديدة وتركيبية منهجية حديثة، عمان دار الحامد للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٦ ، ص ١٨٣ .

الثقافي والاخلاقي للسياحة في مقابل الرؤية الغربية^(١) والتي لا يجب ان تكون الوحيدة بحيث يتم تقديم انماط سياحية تتوافق مع القيم الثقافية للمجتمعات الاسلامية وتحافظ على اساليب حياتهم وفي نفس الوقت ايجاد صيغة مناسبة لتوفيقها مع الاستراتيجيات القائمة باتفاق الرؤية بين الدول الثلاث على مستوى الهيئة العليا للسياحة وتحديد مصلحة القطاع الخاص في تنفيذ هذه الرؤية وهو ما سيرد في اليات للتنفيذ.

٤: ان تقوم الاستراتيجية على مبدأ التركيز على اسواق سياحية معينة^(٢) او شرائح سوقية معينة بما يخدم اهداف الاستراتيجية على ان يتم التعرف على احتياجاتهم من خلال اجراء بحوث تسويقية.

٥: التعاون في المجالات ذات المردود الاقتصادي الواضح والتي لا تضر بالمصالح الفردية للدول وذلك بصورة تدرجية، ويتضمن:

حرية انتقال الاشخاص الطبيعيين سواء اكانوا سائحين وافدين للمنطقة او مواطني هذه الدولة سواء اكانوا سائحين او من العمالة وبعبارة اخري تشجيع كل من السياحة البينية والدولية وما ينطوي على ذلك من اجراءات وبرامج تنفيذية سواء تعلق الامر بالبرامج السياحية المشتركة او اجراءات الدخول والخروج او الخدمات السياحية المختلفة التي تخدم الانماط المقترحة، وتشجيع اقامة المشروعات السياحية المشتركة فيما يتم الاتفاق عليه في المناطق السياحية الجديدة المطروحة استثماريا في الدول المختلفة سواء على مستوى المشروعات نفسها او البنية الاساسية التي تخدمها على ان يتم ذلك بالاعتماد بقدر المستطاع على الجهات القومية دون الاجنبية فسي التمويل والتشغيل والادارة.

1 - Desbiolles, F.H., " More than industry :The forgotten power of tourism as a social force, *Tourism Management*, Vol. 27, Issue 6 ,December 2006, PP. 1192-1208 .

* سوف يتم الاشارة الي هذه الاسواق لاحقا.

ثالثاً: أهداف الاستراتيجية:

الهدف الرئيسي: المساهمة في تحقيق تنمية اقتصادية/ثقافية للمقاصد العربية الاسلامية اطراف التعاون، ويتم ذلك من خلال الاهداف الفرعية التالية:

- ◆ توسيع السوق السياحي للدول المنضمة للتكتل وتقديم المنطقة كمقصد اعظم من خلال تنمية شرائح سوقية جديدة من السياحة الدولية الوافدة من خارج دول التكتل (السياحة الاسلامية-سياحة التراث الاسلامي)
- ◆ زيادة معدلات التدفق السياحي للمنطقة عبر تنمية السياحة البينية.
- ◆ الحفاظ على الهوية الفريدة للدول الإسلامية كمقاصد سياحية من خلال تسويق للتراث الإسلامي سواء في إطار الرحلة السياحية أو لسائحي الاهتمامات الخاصة بالثقافة والتراث.
- ◆ تعبئة القدرات المالية وتشجيع الاستثمارات السياحية داخل دول التكتل.

رابعاً: امكانيات التعاون (البرامج المقترحة):

- تنمية السياحة البينية intra-regional tourism ويعزز اختيار هذه الإمكانية:

- (١) الرغبة في الحفاظ علي للنصيب السوقي من السياحة البينية وزيادته حتي لا يتزايد خروج مواطني الدول للعربية الاسلامية من داخل منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية الي خارجها.
- (٢) ان السائح العربي اطول لقامة، وأكثر انفاقاً من السائح غير العربي، كما انه يشارك جميع افراد عائلته في الرحلة السياحية، مما يعني زيادة الايرادات السياحية نتيجة زيادة عدد الليالي السياحية وارتفاع متوسط الانفاق^(١)

١- نبيل زعل الحوامدة، موفق عدنان الحميري، مرجع سابق، ص ١٧٧، وراجع ايضاً:

رضا محمود ابوزيد محمد، السلوك الإنفاقي للسائحين الوافدين وأثره على معدل الإنفاق في مصر بالتطبيق على السوق العربي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، ٢٠٠٧، ص ١٣٨.

٣) ما تواجهه المقاصد العربية الاسلامية من منافسة بعض المقاصد الاخرى لجذب هؤلاء السائحين لقضاء اجازاتهم هناك مثل ماليزيا واندونيسيا ، ونيوزيلندا.

٤) تتوفر في المقصد الاعظم المقترح عدد من الخصائص الجاذبة للسائح العربي pull factors ^(١) وهي التقارب الجغرافي، سهولة الوصول، الروابط الثقافية، تنوع عناصر الجذب، وجود وتوافر البنية الاساسية السياحية، للصورة السياحية الايجابية نسبيا او غير السلبية اذ انه يدرك اكثر من غيره من السائحين حقيقة الموقف السياسي والاجتماعي داخل الدول المختارة.

ويمثل سوق الطلب المستهدف: السوق الاقليمية (للسياحة البينية الوافدة من الدول العربية الاسلامية) سواء من مواطني الدول المختارة ، أو من باقي الدول العربية الاسلامية بمنطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية.

- **تنمية السياحة الدولية الوافدة الى دول التكتل tourism international**
كمقصد اعظم واحد يسمح ذلك للسائح بزيارة اكثر من مقصد في الرحلة الواحدة من خلال التركيز علي تنمية نمطين سياحيين رئيسيين في اطار مباديء التنمية المستدامة كمرحلة مبدئية ، خاصة وان هناك ميلا متزايدا نحو تشريح السوق بما يخدم الشرائح ذات الاهتمامات الخاصة Special-interest travel والتي تعتبر اسواقا خاصة niche markets تتطلب عناصر جذب مميزة ؛ استهدافا لتحقيق ايرادات سياحية مرتفعة والتي يتوقع نموها بصورة اسرع، ويتزامن ذلك مع توقعات بانخفاض اعداد المجموعات السياحية بصفة عامة^(٢)،
وهذان النمطان هما:

-
- 1- Morakabati, Y. Deterrents to Tourism Development in Iran, *international journal of tourism research.*, VOL 13, 2011, P.104.
 - 2- Lickorish, L.J & Jenkins C.L., *An introduction to tourism*, Oxford: Butterworth Heinemann, 1997, pp. 232-233.

أ- نمط السياحة الإسلامية (٥):

وهي أحد أنماط السياحة المتوافقة مع مبادئ الشريعة الإسلامية اخذة في الاعتبار الملابس، الطعام، والسلوكيات بما في ذلك الفصل بين الجنسين، والسياحة الإسلامية لها من احتمالات النمو مجالات واسعة في منطقة الشرق الأوسط وذلك وفقا لتقرير (١) WTM 2007.

ويري Al-Hamarneh 2008 ان اهداف السياحة الإسلامية كنمط سياحي تتلخص في: ابراز الهوية الإسلامية في مقابل الثقافات الاخرى من خلال احياء الثقافة والقيم الإسلامية، مع ضرورة تقديم فوائد اقتصادية للدول الإسلامية. (٢)

لذا تكمن مبررات تنمية هذا النمط فيما يلي:

أ- تزايد عدد المسلمين في العالم حوالي ١.٥٧ مليار نسمة بما يعادل ٢٣% من عدد السكان في العالم يعيش منهم حوالي ٢٥% في اسيا الجنوبية، و ٢٠% في الشرق الأوسط، و ٢% في آسيا الوسطى، ٤% في باقي بلدان آسيا الجنوبية، و ١٥% في أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى. (٣)، كما ان هناك دولا اوروبية ينمو بها عدد المسلمين بسرعة فائقة مثل اسبانيا، النرويج، ألمانيا (**) وقد اشار تقرير

* تم الاطلاع علي تقرير عبر موقع Face book بثته قناة الجزيرة بتاريخ ٢٤ أغسطس ٢٠٠٩ حول وجود اكبر منتج سياحي يقدم السياحة البديلة " الحلال او المتوافقة مع الشريعة" في تركيا وقد انشيء عام ٢٠٠٤ علي مساحة ٣٠٠٠ متر مربع وساحل بطول ٢ كم وطاقة ٩٠٠٠ سرير تقدم كافة انماط السياحة فيما عدا التي لا تتوافق وروح الشريعة ويوجد به شاطئ للتماء ومسجد في وسط المنتجع، وقد ادي ذلك الي زيادة الطلب علي هذا النوع وبالتالي التفكير في التوسع :

<http://www.youtube.com/watch?v=hd=ufngub4&feature=share>, accessed: Jun., 2011.

1 - World Travel Market (WTM), Global Trends Report, 2007.

2- Al-Hamarneh, op.cit, p. 2.

3- www.wikipedia.org, accessed : Aug., 2011.

** اشارت دراسة ميدانية الي ان عدد المسلمين في ألمانيا عام ٢٠٠٩ يتراوح بين ٣.٨ و ٤.٣ ملايين نسمة يشكلون نسبة ٥% من تعداد سكان ألمانيا ، كما يعتبر الاسلام في النرويج ثاني الديانات التي يتبعها حوالي ٢% من سكان النرويج -

2007 WTM ان المسلمين الاوروبيين ملتزمون بقيم الاسلام ومعتقداته^(١)، حتي انه من المتوقع ان يمثل نسبة المسلمين في العالم بحلول عام ٢٠٢٥ حوالي ٣٠% من سكان العالم^(٢) كما اشارت دراسة Stodolska, M. & Livengood, J.S. 2006^(٣) ان المسلمين المهاجرين يتمسكون بتعاليم الاسلام حتي في قضاء اوقات فراغهم ، كما ان هناك اتجاها متزايدا من المقاصد نحو اجتذاب هذه الشريحة في ماليزيا واندونيسيا واستراليا ونيوزيلاندة علي وجه الخصوص؛ حيث تعد الاولي والثانية دولا اسلامية^(٤)، اما الثالثة والرابعة فهي دول يعد المسلمون من بين سكانها لذا تحاولان تقديم متطلبات السياحة الاسلامية خاصة من الاطعمة الحلال وقد بدأت Tourism Newzealand TNZ التسويق لهذا النمط في منطقة الشرق الاوسط مما جعل نيوزيلاندة مقصدا جذابا للسائح المسلم، واعتبرت هذه الشريحة المستهدفة ذات احتمالات نمو مرتفعة^(٥) 'hot' market that 'holds potential'.

-
- = ويقدر عددهم بحوالي ١١٥ الف مسلم، اما في اسبانيا فيبلغ عددهم ١.٢ مليون نسمة بنسبة ٣% ، لمزيد من المعلومات راجع : wikipedia.org
- 1- world Travel Market(WTM), Global Trends Report 2007, p.20.
- 2- Hashim, N.H, Murphy, J. & Hashim, N.M., " Islam and Online Imagery on Malaysian Tourist Destination Websites, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 2007, p. 1085.
- * تناولت هذه الدراسة اثر الدين علي سلوكيات اوقات الفراغ لدي المهاجرين المسلمين بالولايات المتحدة الامريكية حيث اشتملت العينة علي مهاجرين من عدة دول اسلامية منها مصر، الاردن، وتونس، ولبنان، والعراق، والجزائر بالاضافة الي بعض دول شرق اوسطية اخري مثل باكستان، اسرائيل، تركيا بخلاف المكسيك، كوريا، الهند وقد تبين انعكاس اثر الدين الاسلامي علي سلوك المسلم في حياته اليومية سواء في الاطعمة او الملابس او السلوك بين الجنسين وكذلك علي سلوكيات المسلم في الاجازات و اوقات الفراغ .
- * يعيش في اندونيسيا حوالي ١٣% من مسلمي العالم بما يعادل ٢٣٠ مليون نسمة هم كل سكان اندونيسيا ، كما ان نسبة المسلمين بين عدد السكان في ماليزيا حوالي ٦٠% ، لمزيد من المعلومات راجع : Wikipedia.org
- 3-http://www.downloadit.org/free_files/file_1234567891011121314_15161718192021222324252627_Pages%20from%20Chapter%204.pdf, accessed: May, 2011.

ويوجد في اديليد باستراليا ما يعرف باسم Muslim Tourist information وهي وثيقة تقدم للسائح المسلم المراكز الاسلامية، واماكن الصلاة، واماكن تجمعات النساء، بخلاف منافذ لبيع الاطعمة الحلال، ومعلومات عما تقدمه من اطعمة ومشروبات وعناوينها وتليفوناتها.^(١)

ب- ظهور شريحة السائحين ذوي العقليات المتدنية^(٢) خاصة من مواطني الدول الاسلامية واغلبها دول نامية، وذلك كما يري Weidenfeld and Ron (2008)، وقد ارتبط ذلك برغبة لدى هؤلاء السائحين في الحصول علي رحلات سياحية تخدم احتياجاتهم بعيدا عن بعض السلوكيات المرفوضة من السائحين مثل استهلاك الخمر، والملابس المتحررة وممارسة الدعارة بالإضافة الي التحرر في العلاقة بين الجنسين وبعض الممارسات غير المقبولة والتي قد تمارس احيانا في الاماكن العامة والشوارع وحيانا المتاحف والاماكن الاثرية بخلاف مؤسسات الإقامة.

ومن ناحية اخري فان العقليات المتدنية ليست بين السائحين فقط وانما بين العاملين في مجال السياحة ايضا حيث اوضح بعض العاملين في المنتجعات بشرم الشيخ في مصر ان مهام وظيفتهم تقرض عليهم معاملة طيبة للسائحين علي الرغم من مخالفة ممارساتهم في العمل للقيم الاسلامية مثل مشاهدة السائحات الاجنبيات بصورة اباحية، وتقديمهم الكحوليات، وهذا يشكل لهم مشكلة شعور بالذنب، خاصة انهم لا يستطيعون الامتناع عن تقديم الكحوليات والا سيفقدون وظائفهم.^(٣)

1-Muslim Tourist Information

www.southaustralia.com/.../Muslim_Tourist_Information_on_South_Australia_Jan_083.pdf, accessed: Jan, 2011.

2- Weidenfeld, A. & Ron, A.S., "Religious Needs in the Tourism Industry, *Anatolia*, Volume 19, NO.2, Winter 2008, PP. pp. 360-361.

3- Fleishman, J. & El-Hennawy, N., op.cit

ج- ظهور نمط سياحة النساء: برزت سياحة المرأة الي السوق الدولي رغم ضالة حجمها بعد مؤتمر بورصة برلين ٢٠٠٨، و تقرير WTM 2009 الذي اشار الي مفهوم الإقامة للنساء فقط - female only accommodation^(١)، كما ان هناك عددا من الدول الاوروبية والامريكية تحاول توفير متطلبات السانحات مثل شواطئ النساء الخاصة في ايطاليا، وقطارات النساء بالبرازيل، وتاكسي البرازيل

وتراجع

مزايا تنمية نمط سياحة النساء في دول النكتل المختارة الي الاسباب التالية:

أ- ان سفر السيدات المسلمات سواء اكانت من الدول العربية الاسلامية او من خارج منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية الي دول النكتل المختارة له ميزة تنافسية هو ارتفاع درجة الامان نسبيا مقارنة بالمقاصد الاخرى، وكذلك قربها من الموطن الاصلي للوافدات من الدول العربية الاسلامية.

ب- تتميز النساء بكونها شريحة سوقية تنسم بالولاء للمقصد السياحي الذي يرضي رغباتهن حيث يمنح هذا النمط^(٢) للنساء الامان والراحة (النفسي والبدني)، التواصل الاجتماعي، والاتصال بمجموعات من الناس متوافقين فكريا معهن، مع وجود فرص التعلم والاثراء الروحي والعقلي، وغيرها من التجارب المتوافقة مع ميولهن النسائية، ونقول المديرية التنفيذية لفندق لوزان بالمملكة العربية السعودية Lorraine Couthino ان هناك طلبا متزايدا علي هذا النمط، وهي شريحة مرتفعة الانفاق خاصة ان السيدات في العالم تبحث عن مزيد من الخصوصية في الاماكن العامة.^(٣)

1-World Travel Market(WTM), Global Trends Report 2009, PP. 33, 38.

2- [www.gov.ns.ca/.../Emerging%20Market%20Report Women%20Only.pdf](http://www.gov.ns.ca/.../Emerging%20Market%20Report%20Women%20Only.pdf) accessed : Mar, 2011.

3-World Travel Market (WTM), Global Trends Report 2009,Op.cit, pp. 38,40

د- اجتذاب بعض المقاصد الساتحين المسلمين بصفة عامة والعرب بصفة خاصة مثل ماليزيا حيث تقوم بترويج نفسها بأنها مقصد نظيف^(٥) "clean destination" وانها^(٦) "Muslim-friendly destination" اي المقصد صديق المسلمين حيث يصل اعداد الوافدين اليها من الدول العربية الاسلامية الي ١٥٢٥٧٨ سائح عام ٢٠٠٧ وهم من الوافدين من المملكة العربية السعودية، الامارات، الاردن، الكويت، لبنان، موريا، سلطنة عمان.^(٧)

وتتمثل الشرائح السوقية المستهدفة في:

- ساتحي الدول العربية الاسلامية في منطقة الشرق الوسط وشمال افريقية، الساتحون المسلمون في الدول الاوروبية كأسواق سياحية رئيسية لدول التعاون، بالإضافة الي ساتحي الدول الاسلامية الأخرى في اسيا وافريقية مثل دول جنوب شرق اسيا، الكومنولث، بعض الدول الافريقية التي تضم عددا كبيرا من المسلمين، المسلمين المهاجرين.

يتضمن ذلك تنمية سياحة الجذور حيث يتم التركيز في هذا النمط علي ربط السائح المغترب ببلده^(٨)، وسياحة العائلات family tourism، وسياحة زيارة الاقارب والاصدقاء "VFR" visiting friends &

* يقصد بذلك عدم وجود اثار سلبية للسياحة فيها خاصة فيما يتعلق بمرض الايدز حيث انها تحاول حذو طريق مختلف عن الدول المجاورة التي تشتهر فيها السياحة بالاعتماد علي ثلاثة عناصر 3Ss الرمال، البحر، الجنس مثل تايلاند، لمزيد من المعلومات راجع:

Mohamed, B., "Image of Malaysia as a Destination: a Review", (www.hbp.usm.my/tourism/Papers/paper_image.htm), accessed: Apr., 2011.

1 - Profiling a boon for 'Muslim-Friendly' countries

www.bangkokpost.com/.../profiling-a-boon-for-muslim-friendly-countries, accessed: Jun., 2011.

2 - TTI, Country reports, Malaysia, February, 2008, PP. 14 -15.

٣- خليف مصطفى غرابية-السياحة البيئية مع التركيز علي الوطن العربي بشكل عام والاردن بشكل خاص، عمان: دار يافا العلمية، ٢٠٠٨، ص ٣٣.

relatives) خاصة وان زيارة الاقارب والاصدقاء من اهم العوامل المؤثرة علي القيام برحلة متعددة المقاصد وفقا لدراسة McKercher, 2001 نظرا لما يمكن ان يوفره الإقامة لدي الاقارب والاصدقاء من ميزانية لباقي نقاط الرحلة السياحية، كما ان زيارة ثلاثة دول يسهم في توفير الوقت والتكلفة خاصة ان من اهم العوامل المؤثرة في سياحة العائلات هي الدخل والوقت.^(١)

وتتميز ملامح هذا السوق بالانتساع حيث يزيد عدد مسلمي العالم عن ١.٥ مليار مسلم، وهنا تظهر اشكالية التفرقة بين المسلمين من حيث درجة التزامهم بتعاليم الاسلام واحكام الشريعة الاسلامية مثل مسألة ارتداء النساء للحجاب او الانتظام في اداء الصلاة او الصوم وغيرها، فانه يتحتم علي مسئولو التسويق للتعامل مع سوق السياحة الاسلامية بناء علي افتراض ان غالبية مسلمي العالم ملتزمون بتعاليم الشريعة الاسلامية خاصة العائلات.^(٢)

- السيدات العربيات او المصلمات، والسيدات الغربيات^(*) حيث تكمن اهمية الفكرة هنا ليس في اعتبارات الدين والثقافة وانما تخص الساتحين المحافظين سواء من المسلمين او غير المسلمين.
- ب- **نمط السياحة الثقافية:** من خلال تسويق التراث الاسلامي (المادي)^(**) ويعزز اختيار هذه الامكانية:

-
- 1 - VisitBritain Evaluation Unit, Family Tourism, <http://www.visitbritain.org>, Accessed: March, 2011.
 - 2- Battour, M., Ismail, M.N& Battor, M., "The impact of destination attributes on Muslim tourist's choice", *International Journal of Tourism Research*, Published online in Wiley Online Library, 2010
- * اشار تقرير wtm2009 الي ان تسويق الفكرة يجب ان يستهدف النساء الغربيات وليس للشرق اوسطيات فقط.
- ** يقصد بالتراث الاسلامي المادي في البحث عناصر الثقافة المادية الملموسة مثل المباني الاترية والتاريخية سواء كانت مباني دينية او تعليمية او خدمية تجارية وصناعية وصحية او مباني سكنية او مباني دفاعية، الفنون والصناعات اليدوية، الاطعمة، راجع : جبرمين حسين تفعيل تسويق التراث الإسلامي لتنمية الحركة السياحية الثقافية الوافدة إلى مصر: رسالة ماجستير غير منشورة - كلية السياحة والفنادق - جامعة حلوان - ٢٠٠٧ ص ٢٦.

- ١- العلاقة الوثيقة بين السياحة التراثية والهوية كما يري Palmer, C., 1999^(١) خاصة ان تنوع المنتج الثقافي يسهم في اثبات الهوية كنوع من الاستجابة المضادة للعولمة ومحاولة من المقاصد لتمييز نفسها وإبراز خصوصيتها عبر احد اهم ابرز مكونات الهوية وهو التراث الديني^(٢) بما يسهم في تسهيل التبادل الثقافي المطلوب، وتجاوز الصورة السلبية للإسلام، وقد اوصي المؤتمر الاسلامي السادس لوزراء الثقافة لكتوبر ٢٠٠٩ بضرورة استخدام السياحة الثقافية من اجل الحفاظ علي التراث من جهة وتعزيز التواصل بين الشعوب وتصحيح صورة الاسلام من جهة اخري في اطار العمل الاسلامي المشترك، وبما يضمن حضور الثقافة الاسلامية علي الساحة الدولية، كما تم اعتماد استراتيجية مشتركة لتنمية السياحة الثقافية في العالم الاسلامي، كانت فيها كل من جمهورية مصر العربية والجمهورية التونسية اعضاء لجنة التراث الاسلامي عن المنطقة العربية والمسئولة عن حماية التراث الثقافي الاسلامي.^(٣)
- ٢- تنوع التراث الاسلامي في دول التكتل بما يسمح بالتعرف علي مراحل متعددة من التاريخ الاسلامي كالحلافة الفاطمية والايوبية والمملوكية والعثمانية في مصر، والانلسية في المغرب وتونس وهي التي ارتبطت بأوروبا بشكل وثيق.
- ٣- ان البرنامج التنفيذي للتعاون السياحي بين مصر وتونس ٢٠٠٥-٢٠٠٧ يتضمن في مادته الرابعة للعمل علي ترويج منتج سياحي ثقافي مشترك، وعليه فانه من الممكن بناء علي ذلك ان يتم الاتفاق

1- Palmer, C, " Tourism and the symbols of identity, *Tourism management*, Vol.20, pp. 313-321, 1999.

٢- سالم ليبيض، الهوية : الاسلام، العربية، التونسية، مجلة المستقبل العربي، العدد ٣٦١، مارس ٢٠٠٩، ص ص ٦٧-٧٥.

* المسئولية هنا في اطار اللجنة تمتد الي كل من التراث المادي واللامادي، لمزيد من المعلومات راجع : منظمة التربية للعلوم والتربية والثقافة، المؤتمر الاسلامي السادس لوزراء الثقافة، البيان الختامي، بكو - جمهورية فرييجان ١٣-١٤ اكتوبر ٢٠٠٩، ص ٢.

علي تسويق التراث الاسلامي بين كلتا الدولتين، ومحاولة تنسيق العمل مع المغرب.

ويستند الطرح الخاص بالسياحة الثقافية القائمة علي التراث الاسلامي لدول النكتل علي اسلوب جديد في صورة اعداد وتسويق رحلة سياحية تجمع ما يعرف باسم المزيج الثقافي المتكامل integrated culture mix^(١)، وذلك في اطار اخلاقي ethical مستدام يحترم الاصالة الثقافية الاجتماعية للمجتمع المضيف ويسهم في التفاهم والتسامح بين الثقافات^(٢) وذلك للأسباب التالية:

١- تشير اتجاهات السياحة الحديثة الي زيادة الاهتمام بأنماط السياحة الثقافية والقائمة علي الاصالة وتجربة الواقع^(٣).

٢- تري دراسة Goodwin , H & Francis , J. 2003 ان المنظور المسئول او الاخلاقي يمثل في الواقع قيمة مضافة وبعداً إيجابياً جديداً للرحلة السياحية بل انه يمثل ميزة تنافسية unique selling proposition (USP) لمنظمي الرحلات خاصة من اصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة لبيع الرحلات السياحية، والتي تمثل غالبية المشروعات السياحية في الدول العربية الاسلامية.^(٤)

١- الهام سعيد عبد القادر محمد، تقييم دور فروع الشركات السياحية المصرية بالخارج لتنشيط حركة السياحة، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، ٢٠٠٧، ص ١٢٦.

2- Responsible/ethical tourism,

(<http://bctf.ca/GlobalEd/TeachingResources/2006Secondary/PDF/ResponsibleEthicalTourism.pdf>), accessed: Apr., 2011.

٣- أمينة مختار ياقوت، "كيفية اجتذاب اسواق وشرائح جديدة للأسواق السياحية المصرية"، مجلة البحوث السياحية، عدد ديسمبر، ٢٠٠٨، ص ٨.

* اشارت دراسة Weeden, C. 2002 الي ان الشركات المتوسطة والصغيرة في السوق الانجليزي اعتمدت علي تبني ترويج الرحلات ذات البعد الاخلاقي كاحد الاسواق الخاصة niche market من اجل تحقيق ميزة تنافسية بعيدا عن استخدام السعر للمنافسة وذلك في ظل سياسات التسعير التي ينتهجها منظمو الرحلات والتي اما تجلب هامش ربح ضئيل نتيجة بيع رحلات كثيرة العدد بأسعار رخيصة، =

- كذلك فإن المنظور الأخلاقي يمنح المقصد ميزة تنافسية لأن السائح سوف يستشعر الاختلاف أثناء الرحلة السياحية كما أنه يحمي مستقبل الصناعة من خلال ضمان استدامة المقاصد السياحية على المدى البعيد. من خلال تحديد مسؤولية السائح في هذا الإطار فالسائح المسئول هو الذي يراعي آثار النشاط السياحي على الثقافات المحلية ويحترمها ويروج لأخلاقيات وممارسات ايجابية نحو الثقافة المحلية وبما يحقق فائدة السكان المحليين^(١) وبالتالي فإنها تصب في مصلحة مواطني دولة المقصد وتؤكد على مبادئ التنمية المستدامة.^(٢)

وهنا يجب الإشارة إلى الأهمية القصوى لإصدار UNWTO كود عالمي لأخلاق السياحة Global Code of Ethics in Tourism ١٩٩٩^(٣) تستهدف تقليل الآثار السلبية للسياحة على التراث الثقافي مع تعظيم فوائدها بالنسبة للسكان المحليين والمقاصد السياحية عن طريق

=أو عن طريق بيع رحلات قليلة بأسعار مرتفعة نسبياً، لمزيد من المعلومات راجع: Weeden, C., "Ethical Tourism: an opportunity for competitive advantage", *Journal of vacation marketing*, Vol.8, No.2, 2001, pp. 141-153.

1- responsible/ethical tourism, op.cit , pp, 6, 8

* لمزيد من المعلومات راجع :

Donyadide, A., " Ethics in Tourism", *European Journal of Social Sciences*-Volume 17, Number 3 2010, pp. 426-433.

** يتضمن هذا الكود ١٠ عناصر أساسية " 10 articles " تستهدف تقليل الآثار السلبية للسياحة سواء على البيئة أو التراث الثقافي مع تعظيم فوائدها بالنسبة للسكان المحليين والمقاصد السياحية هي : إسهام السياحة في كل من : التنافس المتبادل والاحترام بين الأفراد والمجتمعات، وتحقيق متطلبات الفرد والجماعة، كأحد عوامل التنمية المستدامة، كمستخدم للتراث الثقافي الانساني والمساهمة في إثرائه، كنشاط يفيد المجتمع المضيف، ملزم لكافة أطراف النشاط السياحي للعمل على التنمية السياحية، كحق للإنسان، حرية حركة السائح، حقوق العاملين واصحاب المشروعات السياحية، وأخيراً ضرورة تنفيذ تلك المبادئ، لمزيد من المعلومات راجع:

- UNWTO, International conference on tourism, religious & dialogue of cultures, Cordoba- Spain, 29-31 October, 2007.

ادارة الزائر، وتقوم اسس ادارة الزائر في اطار الرؤية المقترحة علي العناصر التالية والتي يتضمنها هذا الكود المشار اليه:

١- إسهام السياحة في التفاهم المتبادل والاحترام بين الافراد

والمجتمعات من خلال ترويج قيم اخلاقية عامة للبلدية جمعاء مع اتجاه التسامح واحترام تنوع الاديان والمعتقدات الاخلاقية كاسس ونتائج للسياحة المسؤولة responsible tourism كما تضمن ذلك ضرورة مراعاة رؤي شركاء صناعة السياحة للتقاليد الاجتماعية والثقافية وممارسات كل الافراد حتي الاقليات من اجل تقديرها ووضعها في اعتبارات التنمية السياحية، وان تتم أنشطة السياحة الدولية بما يتوافق مع القيم والتقاليد وقوانين وعادات المجتمع المضيف، مع احترام توقعات السائحين وأسلوب حياتهم ومتطلباتهم.

٢- دورها في تحقيق متطلبات الفرد والجماعة واهم ملامح هذا

العنصر تتمثل في ضرورة تشجيع واحترام السياحة لاغراض دينية وثقافية، عدم استغلال البشر جنسيا بكافة الوسائل لاغراض السياحة خاصة فيما يتعلق بالنساء والاطفال.

٣- دورها كمستخدم للتراث الثقافي الانساني والمحافظة عليه واثرائه

ومن اهم ملامح هذا العنصر ادراك اطراف صناعة السياحة ان الموارد السياحية تعد جزء من التراث الانساني المشترك وعليه يتوجب عليها حماية التراث الثقافي والاثري للأجيال القادمة خاصة الاماكن المقدسة والاضرحة مع ضرورة فتحها باستمرار لزيارة السائحين، بالإضافة الي تخطيط الأنشطة السياحية بما يضمن ازدهار واستمرار المنتجات الثقافية والفلكلورية والحرفية بدلا من قولبتها لو امتهان اصالتها.

٤- ما اشارت اليه دراسة Goodwin , H & Francis , J. 2003 من

ضرورة توافر عدد من العناصر تمثل عوامل يجب علي الزائر مراعاتها وهي: مراعاة العادات الاجتماعية، وطريقة اللبس والسلوكيات خاصة في الاماكن الاثرية والدينية وذلك بإصدار مواصفات للسائح المسئول اخلاقيا، وان يكون لديه معرفة بالمعتقدات الدينية، والوضع السياسي للمقصد^(١).

1- Goodwin , H. & Francis, J., Ethical and responsible tourism: Consumer trends in the UK, *Journal of Vacation Marketing* , Vol. 9 No. 3, 2003, PP. 276,277.

خامسا: آليات تنفيذية للعمل (أجراءات):

• آليات قانونية وتشريعية:

١- العمل علي انشاء هيئة حكومية سياحية عليا لادارة التعاون وتنسيق العمل في اطار الاستراتيجية المقترحة شأنها في العمل شأن وزارات السياحة ولكن علي مستوى فوق قسومي supra national.

٢- اعادة النظر في كافة الاتفاقيات السياحية المبرمة بين دول التكتل المختارة بهدف تقييمها وانتقاء ما يناسب الظروف والمستجدات الزاهنة من اشكال التعاون الواردة بها باعتبارها قاعدة اساسية لوضع استراتيجية ملائمة.

٣- اعادة النظر في التشريعات السياحية عموما والمتعلقة بالاستثمارات علي وجه الخصوص وتنسيقها بين دول التعاون بما يكفل تسهيل الاستثمار خاصة فيما يتعلق بتكاليف بدء نشاط الاعمال، وكذلك فيما يتعلق بالقوانين الحاكمة للاستثمارات الاجنبية، وجدير بالذكر ان كافة اتفاقيات التعاون الثنائية المبرمة بين دول التعاون تتضمن مقترح تبادل التشريعات، الا ان الامر يتعلق هنا بضرورة تنسيقها بل وتوحيدها اذا لزم الامر بما لا يضر بالمصالح الفردية لدول التعاون.

٤- تشكيل لجنة فض منازعات ووضع اجراءاتها في اطار الاتفاقية.^(١)

٥- اصدار تشريعات تتعلق بمؤسسات الإقامة او المطاعم والكافيتريات وغيرها من المؤسسات السياحية المتوافقة مع الشريعة الاسلامية، وتقنين اوضاعها بالتوافق مع غيرها من مؤسسات الإقامة.

٦- تنسيق مواقف دول التعاون في الاتفاقات السياحية مع الدول الأخرى، بما يسمح لدول التكتل عقد اتفاقيات سياحية كطرف

١- كان هذا الاقتراح بناء علي كون غيابه احدي معوقات التعاون، حيث تمت الإشارة اليه سابقا.

واحد بما يمكنها من فرض شروطها استنادا لنقلها الاقتصادي، ومصالحها المشتركة.

٧- بخلاف ذلك فإنه من الضروري ان يتم التأكيد علي تنسيق التشريعات المتعلقة بالتقييم البيئي للمشروعات السياحية بما يحقق جودة البيئة الطبيعية وبما لا يضر بالموارد الطبيعية او الكائنات البرية والبحرية بحيث يتم التعاون في هذا المجال في اطار مفهوم الاستدامة خاصة مع ما تعانيه الدول الثلاث من نقاط ضعف فيما يتعلق باستدامة الموارد الطبيعية.^(٩)

كذلك فإنه من الضروري التأكيد علي شفافية السياسات الحكومية خاصة في كل من المغرب ومصر بحيث تكون جميع القوانين واضحة لجميع المستثمرين دون استثناء، بالإضافة الي ضرورة تخفيض تكاليف البدء في اي نشاط استثماري، كما يتعين علي تونس التقدم في التزاماتها بشأن تحرير بعض الخدمات السياحية بما يحقق مصالحها وبما يتوافق مع مصر والمغرب.^(١٠)

• الهات سياسية:

١- تعزيز درجات الامان لدي دول التكتل بما يؤكد الثقة في اذهان السائحين بوجود الامان من خلال زيادة الاتفاق علي مكافحة الجريمة والارهاب ضد السائحين، والتأكيد علي بث الثقة في امكان الاعتماد علي خدمات الشرطة اذ تمثل هذه العناصر نقاط ضعف تعاني منها الدول الثلاث وفقا لجدول تناقصية السياحة والسفر عامي ٢٠٠٩، ٢٠١١. ويتم ذلك بالتنسيق بين الهيئة العليا للسياحة، والجهات الامنية فسي دول التكتل بإجراءات محددة، خاصة في ظل الظروف السياسية والامنية الراهنة عقب الثورتين المصرية والتونسية.

٢- ضرورة وجود القائد الاقليمي للتعاون وهو الدولة المسؤولة عن تنسيق القواعد والسياسات، مع توافر الارادة السياسية لإنفاذ اجراءات التعاون.^(١١)

* راجع الفصل الخامس.

** راجع الفصل الخامس.

١- امانى رفعت، السياحة والتنمية الاقتصادية دراسة في التكامل السياحي بين دول شرق البحر المتوسط رسالة ماجستير غير منشورة - كلية السياحة والفنادق - جامعة الإسكندرية - ١٩٩٧، ص ٢٤.

٣- تحديد العمل في إطار هذا التعاون عن الخلافات العربية، وإبعاده عن الهزات والخلافات السياسية الطارئة ودون اقحام السياسة في الاقتصاد بحيث يكون الاحتكام للمصالح الاقتصادية المشتركة بما لا يسمح بوجود أية منازعات فيما عدا المنازعات التجارية التي يحكم فيها لآلية خاصة لفض المنازعات.^(١)

• آليات اقتصادية:

١- إبراز المصلحة الاقتصادية المستهدفة من التعاون للدول المختارة^(٢) وتحديدًا تحديدًا دقيقًا بما يحفزها علي اتخاذ الخطوات نحو مزيد من التعاون خاصة في ظل تنوع المصالح، وتباين الموارد السياحية بحيث يكون التعاون مبعثه الوصول الي هدف عام يهم الاطراف جميعها وهو تحقيق الرفاهة الاقتصادية؛ لذا فانه سوف يتم البدء في التعاون بعدد محدود من الدول وبرامج محددة للتعاون بحيث يمكن التوفيق بين استراتيجيات التنمية السياحية فيها بما يحقق اهداف التعاون، وتبرز فيه المصلحة لكل الاطراف وتتمثل هذه المصلحة في اهداف الاستراتيجية التي تم تحديدها سلفا.

٢- تحديد ادوار كافة اطراف النشاط السياحي في إطار العمل في الاستراتيجية: الدور الحكومي (بحيث يكون دور الهيئة العليا للسياحة تنسيق العمل تشريعيًا وتنظيميًا وتسويقيًا وإداريًا)، تحديد مجالات مشاركة القطاع الخاص في أشكال التعاون المقترحة سواء في السياحة البينية أو الدولية، بالإضافة الي دور المنظمات غير الحكومية مثل الغرف السياحية^(٣)، علي ان تكون مشاركة

١- محمد محمود الامام، العمل الاقتصادي العربي المشترك : ابعاده وتطوره، القاهرة: جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة، معهد البحوث والدراسات العربية، ٢٠٠١، ص. ٤٤٨.

٢- تم وضع هذا المقترح بناء علي نقاش مع الاستاذ الدكتور : احمد محمد مندور مايو ٢٠١١.

٣- اشارت مدير مركز المعلومات بالاتحاد المصري للغرف السياحية انه لا توجد لية صورة من صور التعاون بين الاتحاد المصري للغرف السياحية وبين ما يناظره من مؤسسات في المغرب وتونس، وذلك في مقابلة شخصية تم اجراؤها معها بتاريخ ١٢ مايو ٢٠١١.

القطاع الخاص في الاستثمارات والبنية الأساسية الداعمة لها بصورة متكاملة.^(١) كذلك فإن الاستثمارات الخاصة بين دول النكتل تعد سبيلا لسد فجوة التمويل وذلك نظرا لما يتميز به القطاع الخاص من كفاءة في تقديم الخدمات بأسعار تنافسية في مقابل القطاع الحكومي وبشكل يؤدي الي رفع كفاءة وانتاجية العمل.^(٢)

٣- تنسيق العمل بين الدول الثلاث علي مستوي المجالات الاقتصادية التي يتضمنها التعاون من خلال المشروعات المشتركة وتشغيلها وادارتها، ويعزز اختيار هذه المجالات لدي البحث الحالي وجودها كنصوص صريحة بدخل اتفاقيات التعاون او البرامج للتنفيذية التي ابرمتها الدول الثلاث بحيث يتم تطوير العمل فيها في اطار الاستراتيجية المقترحة، وهي كما يلي:

- تدريب القوة العاملة وتبادل الخبرات (التدريب او التكوين السياحي)، وتبدو اهمية ذلك من خلال ما تعاني منه مصر والمغرب من ضعف جودة النظام التعليمي وكذلك البحوث، والتدريب مما يؤدي الي اعاقه ما يمكن ان تحققة الموارد البشرية من قدرة تنافسية ليس للمؤسسة فقط وانما للمقصد ككل.^(٣)

ويتضمن العمل الاستخدام الكفاء للقوة العاملة اداريا وفنيا استهدافا لرفع كفاءة القوة العاملة سواء علي مستوي التعليم السياحي والتدريب او علي مستوي تبادل الخبرات وغالبا فان مصر هي التي تضطلع بمهام التدريب والتعليم السياحي نظرا لما لها من تاريخ طويل في

١- اشار السيد مدير عام الشئون الاقتصادية بالهيئة العامة للتنمية السياحية في مقابلة اجرتها معه الباحثة ان مجموعة الخرافي الكويتية قد قامت بعمل كافة اعمال البنية الاساسية في منطقة مركز جبل الجزيرة الحمراء ومطارمرسي علم .

٢- علي درويش الشمالي، عبد الرؤوف توفيق، " دراسة مقارنة برنامج الخصخصة في المملكة الاردنية الهاشمية والجمهورية التونسية"، *المجلة العلمية لكلية التجارة "نين"* جامعة الازهر، العدد ٢٧، ٢٠٠٢، ص ٢٩٣.

* راجع الفصل الخامس.

التعليم السياحي^(١)، اما علي مستوى تبادل الخبرات فان الاتفاقيات التي تم ابرامها بين مصر وكل من المغرب وتونس كانت تشير الي مجالات محددة يمكن لكل طرف ان يستفيد من الاخر فيها وفيما يلي عرض لاهم مجالات التعاون في هذا الصدد:

• **بالنسبة لمصر وتونس:** فقد احتوي البرنامج التنفيذي للتعاون السياحي للاعوام ٢٠١٠-٢٠١٣ علي تشجيع تبادل الخبرات والمربين في المجال السياحي والفندقي، ودراسة امكانية تبادل المنح الدراسية ومدتها بين الجهات المعنية في البلدين، وتنظيم دورات تدريبية في مجالات السياحة المختلفة في كلا البلدين، كذلك اشتمل البرنامج التنفيذي ٢٠٠٥-٢٠٠٧ علي تبادل المناهج الدراسية المطبقة في الكليات والمعاهد والمدارس ومراكز التدريب السياحي والفندقي في البلدين. اما في مجال تبادل الخبرات فان السياحة العلاجية، والسياحة الثقافية كانت محل التعاون المرجو نظرا لما تتميز به تونس في الاولي وما تتميز به الدولتان في الثانية .

• **بالنسبة لمصر والمغرب:** فقد تضمن البرنامج التنفيذي للتعاون السياحي ٢٠٠٦-٢٠٠٨ تبادل المعلومات وزيارات الخبراء والمربين المتخصصين، وتبادل المنح الدراسية في مجال السياحة والفندقة في كلتا البلدين.^(٢)

١- جاء ذلك في معرض حديث السيدة مدير عام الشؤون الدولية بوزارة السياحة في مقابلة شخصية اجرتها معها الباحثة .

• قام بالفعل وفد من الجانب المغربي بناء علي دعوة من الجانب المصري بزيارة لبعض المعاهد السياحية الفندقية بمصر ومنها المعاهد التابعة لشركة ايجوث في هذا الشأن حيث تم الاتفاق علي اعداد مشروع اتفاقية تامة بين الشركة المصرية العامة للسياحة والفنادق (ايجوث) ووزارة السياحة المغربية وفي لقاء تم بين وزير السياحة المغربي مع السيد سفير مصر في الرباط ٢٠٠٦/٣/١ ان اعرب الجانب المغربي عن رغبته في ان يكون المعهد العالي الدولي للسياحة بمدينة طنجة شمال المغرب هو الطرف المغربي في اتفاقية للتوامة مع شركة ايجوث، كما رحب سيادته بتوجيه الدعوة لعدد (٢) من الممثلين عن شركة ايجوث لزيارة المعهد العالي بطنجة اسوة بالزيارة التي تمت من الجانب المغربي.

- **بالنسبة لتونس والمغرب:** تشير الاتفاقية الموقعة في ٧ أبريل ٢٠٠٩ التي تبادل التجارب والخبرات في مجال التكوين الفندقي والسياحي وتبادل المنح الدراسية والمناهج وأساليب التعليم في المعاهد المتخصصة في البلدين.^(١)

لذا وبناء على ما سبق فإن التعاون في هذا المجال يقترح ان يمتد الي انشاء ادارة مركزية للتدريب تنبثق عن الهيئة العليا للسياحة واقامة وحدات تدريبية محددة في دول التعاون ينتمي للتدريب فيها افضل الكوادر العلمية والفنية المتخصصة من دول التعاون، وذلك بالتنسيق مع منظمة العمل العربية^(*) والغرف السياحية في الدول الثلاث للاستعانة بالخبرات المهنية والفنية وعدم الاقتصار على الجانب الاكاديمي فقط.

كما انه يقترح ان يتم التركيز على تقوية نقاط الضعف التي تعاني منها هذه الدول في هذا المجال خاصة وان مصر لم تحقق اية ميزة تنافسية في الموارد البشرية لعام ٢٠١١ وفقا لجدول تنافسية السياحة والسفر، كما لم تحقق المغرب سوي ميزة تنافسية واحدة فيما يتعلق بانخفاض حجم انتشار الازدحام سواء عام ٢٠٠٩ او ٢٠١١ مما يدل على سلامة القوة العاملة، وهنا يتم التنسيق بشأن استفادة كلتا الدولتين من تجربة ثالتهما تونس التي تحققت نقاط قوتها في مجال التدريب والبحث في هذا الشأن، هذا على الرغم من ان جدول تنافسية السفر عام ٢٠٠٩ قد اشارت الي ان مصر تمتلك ذات المزايا التنافسية.

- الاستثمار في المشروعات السياحية:

تضمن الاتفاق بين تونس والمغرب ٢٠٠٩ تنظيم ملتقيات للتعريف بفرص الاستثمار السياحي المتوفرة في البلدين وتبادل المعلومات والتشريعات والأنظمة المتعلقة بالاستثمار السياحي، كما تضمنت اتفاقيات التعاون المبرمة بين مصر وباقي اطراف التعاون امكانية التعاون

١- توقيع اتفاقية تعاون وترويجي سياحي بين المغرب وتونس، مجلة المسألة الالكترونية:

www.almasallanews.com/News-2532.html, accessed: May, 2011.

• الموقع الرسمي لمنظمة العمل العربية :

<http://alolabor.org>, accessed: May, 2011.

السياحي في مجال الاستثمارات، وتضمن البرنامج التنفيذي السابق ذكره بين مصر والمغرب تشجيع تبادل المعلومات والخبراء في مجال الاستثمار السياحي في مناطق التنمية السياحية الجديدة خاصة مشروعات البنية الأساسية، وعرض فرص الاستثمار السياحي والتسهيلات والضمانات التي تقدم لجذب المستثمرين، أما بالنسبة لمصر وتونس فقد اشتمل اتفاق ٢٠١٠ امكان تبادل تجارب البلدين في مجال انشاء وإدارة مارينا لليخوت، وإدارة القرى السياحية.

وفي إطار الاستراتيجية يقترح تنفيذ الاستثمارات من خلال البحث في مصادر تمويلية^(١) اقليمية بقدر الامكان ويقترح ان يتم ذلك اما عن طريق انشاء بنك سياحي او الاستعانة بالبنك الاسلامي للتنمية خاصة بالنسبة لتوفير متطلبات نمط السياحة الاسلامية، او عن طريق تشجيع الدول النفطية علي الاستثمار داخل دول التعاون المختارة استنادا لإمكانياتها التمويلية في مقابل ما لدي دول التعاون من امكانيات سياحية واعدة، ويتم تشجيع هذه الدول علي الاستثمار من خلال ابراز اهمية توجيه فوائدها الاستثمارية في الاسواق العالمية وخاصة في ظل الازمة السلبية المترتبة علي توجيه استثماراتها خارج المنطقة خاصة بعد انهيار الاسواق العالمية علي اثر الازمة المالية ٢٠٠٨.

واستنادا لاتفاقية أغادير التي تجمع المغرب وتونس ومصر والأردن، يمكن للشركات السياحية تعزيز قدراتها التنافسية سواء في مجال تنظيم الرحلات او مشروعات الإقامة أو غيرها من الاستثمارات المطلوبة.^(٢)

ولا تقتصر الاستثمارات المشتركة فقط علي ما سبق؛ حيث يمثل الاستثمار في البنية الأساسية للخدمة لتلك المشروعات او البنية الأساسية العامة في المناطق السياحية مثل الطرق البرية وانشاء موانئ ضرورة ملحة مع ما تعانيه الدول الثلاث من نقاط ضعف وفقا لدليل تنافسية السياحة والسفر ٢٠٠٩، ٢٠١١ خاصة مصر والمغرب وكذلك في مجال انشاء المطارات حيث تعاني الدول الثلاث من نقطة ضعف في كثافة

١- امانى رفعت، مرجع سابق، ص ٢١٩.

2- <http://www.agadiragreement.org/>, accessed: Jun., 2011.

المطارات او حتي التعامل في مجال ادارة هذه المرافق مع الاستعانة بنظم المعلومات الجغرافية في تحديد الاماكن المناسبة لذلك.

ومن ناحية اخري ومن اجل تشجيع الاستثمار فقد تم توقيع اتفاقية لتشجيع وضمان الاستثمار بين دول الاتحاد المغرب العربي منذ عام ١٩٩٠ لتشجيع الاستثمارات بين الدول الاعضاء^(١) كما لا توجد في مصر اي من اشكال التمييز في حوافز الاستثمار للمستثمرين الاجانب او المصريين عن العرب في تخصيص الاراضي.^(٢) وتتمثل المناطق السياحية الواعدة المطروحة للاستثمار فيما يلي:

مصر: تتمثل في مناطق الساحل الشمالي، البحر الاحمر، راس سدر للسياحة الترفيهية، وكذلك سيناء^(٣) والتي تتعلق ايضا بالسياحة الثقافية خاصة منطقة الفرما مدخل رحلة العائلة المقدسة.^(٤)

المغرب: في إطار رؤية ٢٠٢٠، تم وضع ستة برامج تهم السياحة الثقافية والشاطئية والطبيعية، واستكمالها ببرامج تركز على مناطق قروية ذات قيمة مضافة عالية.

ويتعلق الأمر بالمخطط الأزرق ٢٠٢٠، والمتعلق بالعرض الشاطئي الذي يمنح قدرة تنافسية للمغرب على الصعيد الدولي، وبرنامج جرين إيكو/الترجمة المستدامة" من أجل الموارد الطبيعية والقروية.

١- اتفاقية لتشجيع وضمان الاستثمار بين دول الاتحاد المغرب العربي
www.maghrebarabe.org/admin.../acc%20encouragement%20invest.pdf, accessed: May, 2011.

* في مقابلة شخصية اجرتها معه الباحثة بتاريخ ٢٩ مايو ٢٠١١ اشار السيد مدير عام الشؤون الاقتصادية بالهيئة العامة للتنمية السياحية الي ان الكل (مصريين - عرب - اجانب) متساوون في المزايا الاستثمارية والكل مطالب عند القيام بأي مشروع استثماري القيام بتأسيس شركة مساهمة مصرية بغض النظر عن الجنسية، فيما عدا الاستثمار في سيناء.

٢- تم الحصول علي هذه المعلومة من خلال مقابلة شخصية مع مدير عام الشؤون الاقتصادية بالهيئة العامة للتنمية السياحية بتاريخ ٢٩ مايو ٢٠١١

٣- جمعية رجال الاعمال المصريين، اجتماع لجنة السياحة ٢٦ -١-٢٠١١:
www.eba.org.eg/PortalFiles/ebaevents/Committee_meetings/to260111.doc, accessed: Jun., 2011.

كما يتعلق الأمر ببرنامج التراث والموروث لإبراز الهوية الثقافية للمغرب، وكذا "برنامج التنشيط والرياضة والترفيه"، وتتعلق هذه الاستراتيجية كذلك ببرنامج السياحة القروية ذات القيمة المضافة العالية، بالإضافة التي تنمية سياحة الأعمال.

وهناك منطقتان للسياحة الشاطئية على الساحلين الأطلسي والمتوسطي، وذلك عبر إستكمال إنجاز مشاريع «المخطط الأزرق» وتطوير منتجات جديدة في الجنوب وهي «سوس-الصحراء الأطلسية»، التي تشمل مواقع اغادير ونواحيها (تافراوت إموزلر - إداوتتان) العيون وكلميم، إضافة إلى "المغرب المتوسطي" في مواقع السعيدية، مرشيك وكلا إريس، جامعا بين الترفيه والتنمية المستدامة.

كما تركز الأربع مناطق الأخرى على العرض الثقافي بالتركيز على مراكش وتوبقال والصويرة، في نفس الوقت يتم التركيز على "مغرب الوسط" بالتحديد مواقع فاس ومكناس وإفران.

ويتعلق الأمر أيضا برأس الشمال و"وسط الأطلسي". وأخيرا منطقتين تعتبران واجهة للمغرب في مجال التنمية المستدامة وهي مواقع طبيعية واستثنائية بالمغرب وهما "جنوب الأطلسي الكبير"، وهي مواقع الداخلة، و"الأطلس والوديان" المتمركز حول ورزازات، والوديان والواحات والأطلس الكبير، للسياحة البيئية والتنمية المستدامة.⁽¹⁾

أما مناطق الاستثمار السياحي في تونس⁽²⁾ فيوضحها الجدول التالي:

١- المملكة المغربية، برنامج واحة تافلايت :

<http://www.oasistafilalet.ma/ar/main.php?id=72&cont=341>,

accessed : Jun. , 2011.

٢- وزارة السياحة، الديوان الوطني للتونسي للسياحة، دليل المستثمر في القطاع السياحي :

www.tourisme.gov.tn, accessed: Apr., 2011.

جول (٢٤): مناطق الاستثمار السياحي في تونس

الولاية	المنطقة	المنتوج
جندوبة	معمدية طيرفة معمدية عين دراهم بلارجيا من معمدية جندوبة الشمالية شمو من معمدية جندوبة الشمالية حمام وشنتة حمام الورعانية حمام علي ضوه حمام الصالحين العين المنطلي لحمام بورقية. العين العليا لحمام بورقية العين الشعبية بحمام بورقية عين بومنتن	السياحة الساحلية بالشمال السياحة الساحلية بالشمال السياحة الثقافية السياحة الثقافية سياحة المياه المعذنة سياحة المياه المعذنة سياحة المياه المعذنة سياحة المياه المعذنة سياحة المياه المعذنة سياحة المياه المعذنة سياحة المياه المعذنة
ساجة	معمدية نفزة لقة من معمدية تبرسق معمدية تيبيل معمدية تستور حمام نفزة حمام كفت التوت حمام سيالة	السياحة الساحلية بالشمال السياحة الثقافية السياحة الثقافية السياحة الثقافية سياحة المياه المعذنة سياحة المياه المعذنة سياحة المياه المعذنة
الكاف	معمدية الكاف حمام ملاق من معمدية الكاف الغربية حمام بزار حمام ملاق	السياحة الثقافية السياحة الاستشفائية بالمياه المعذنة سياحة المياه المعذنة سياحة المياه المعذنة
سليانة	معمدية مكتر معمدية كسرى معمدية سليانة حمام بياضنة	السياحة الثقافية السياحة الثقافية السياحة الثقافية سياحة المياه المعذنة
بنزرت	معمدية أوتيك محمية إشكل حمام سيدي بن عباس حمام سيدي عبد القادر حمام الشفاء حمام القراس حمام العتروس عين الحمام (أوتيك)	السياحة الثقافية السياحة البيئية والفضراء سياحة المياه المعذنة سياحة المياه المعذنة سياحة المياه المعذنة سياحة المياه المعذنة سياحة المياه المعذنة سياحة المياه المعذنة
بن عروس	أوننة من معمدية مرقاق	السياحة الثقافية
زغوان	تبربو ماجوس - معمدية الفحص معمدية زغوان حمام الزربية حمام جبل الوسط	السياحة الثقافية سياحة المياه المعذنة سياحة المياه المعذنة سياحة المياه المعذنة

الولاية	المنطقة	المنتوج
نابل	كركوان من معتمدية حمام الغراز عين الفكرون عين الكالاسيرا عين الصبية عين الشفاء عين العتروس العيور البحرية	السياحة الثقافية سياحة المياه المعدنية سياحة المياه المعدنية سياحة المياه المعدنية سياحة المياه المعدنية سياحة المياه المعدنية سياحة المياه المعدنية
المهديّة	معتمدية الحج	السياحة الثقافية
القيروان	معتمدية القيروان معتمدية الوسلاتية حمام طرزة حمام سيدي معمر عين الشامة	السياحة الثقافية السياحة الثقافية سياحة المياه المعدنية سياحة المياه المعدنية سياحة المياه المعدنية
صفاقس	جزر قرقة	السياحة البيئية والخضراء
القصرين	كامل الولاية حفرة سيدي بولعابة	سياحة الإيواء والتشيط سياحة المياه المعدنية
سيدي بوزيد	محمية بوهمة حمام جلعة	السياحة البيئية والخضراء سياحة المياه المعدنية
قابس	معتمدية الحامة معتمدية منزل الحبيب معتمدية مطماطة القديمة معتمدية مطماطة الجديدة حمام عين البرج حمام سيدي عبد القادر حفرة الصخير حمام الزارات حفرة الخبايات	السياحة الصحراوية السياحة الصحراوية السياحة الجبلية السياحة الجبلية سياحة المياه المعدنية سياحة المياه المعدنية سياحة المياه المعدنية سياحة المياه المعدنية سياحة المياه المعدنية
مدنين	معتمدية بني خدّاش حفرة تويلات بن قردان	السياحة الجبلية سياحة المياه المعدنية
تطاوين	معتمدية رمادة معتمدية الذهبية معتمدية بنز لحمر معتمدية تطاوين الشمالية معتمدية تطاوين الجنوبية معتمدية غمراسن معتمدية الصمر حفرة سلقو حفرة الغرش	السياحة الصحراوية السياحة الصحراوية السياحة الجبلية السياحة الجبلية السياحة الجبلية السياحة الجبلية السياحة الجبلية سياحة المياه المعدنية سياحة المياه المعدنية

الولاية	المنطقة	المنتوج
قفصة	معتمدية قصبة الشمالية معتمدية سيدي عيش معتمدية القصر معتمدية قصبة الجنوبية معتمدية القطار معتمدية بلخير معتمدية الصند معتمدية أم العرايس معتمدية المتلوي معتمدية الرديف معتمدية المطيلة حفرية سيدي أحمد زروق	السياحة الصحراوية السياحة الصحراوية السياحة الصحراوية السياحة الصحراوية السياحة الصحراوية السياحة الصحراوية إعادة تأهيل مناطق الحوض المنجمي إعادة تأهيل مناطق الحوض المنجمي إعادة تأهيل مناطق الحوض المنجمي إعادة تأهيل مناطق الحوض المنجمي سياحة المياه المعدنية
توزر	كامل الولاية حفرية سيدي عبد القادر حفرية نقطة حمام البرمة حمام الرجال	السياحة الصحراوية سياحة المياه المعدنية سياحة المياه المعدنية سياحة المياه المعدنية سياحة المياه المعدنية
القلي	كامل الولاية حفرية رأس العين حفرية جمنة	السياحة الصحراوية سياحة المياه المعدنية سياحة المياه المعدنية

المصدر: وزارة السياحة التونسية، الديوان الوطني للتونسي للسياحة، دليل المستثمر في القطاع السياحي.

www.tourism.gov.tn, accessed: May 2011

- العمل علي تكوين تكتلات لمنظمي الرحلات ووكالات السفر في الدول الاعضاء مما يسهم في رفع القدرة التنافسية لها في مقابل الشركات السياحية دولية النشاط.
- واخيرا يتطلب التعاون في الاستثمارات السياحية الاهتمام بالخدمات الاستشارية الفنية والاقتصادية والبيئية المتعلقة بأي مشروع يتم الاتفاق عليه في اطار الاستراتيجية المقترحة، والمدة الزمنية والمكان الانسب للتنفيذ بحيث يقترح ان يكون هناك مكتب استشاري متخصص تكون له امكانيات الاتصال بالمتخصصين في كافة جوانب المشروع المقترح حتي يتسني التعرف علي ما يتعلق بالتكلفة/المنفعة للمشروع (بيئيا - اقتصاديا - اجتماعيا/ ثقافيا)، وبما يضمن كفاءة تنفيذ المشروع.^(١)

١- اماني رفعت، مرجع سابق، ص ٤٠٩.

آليات سياحية:

أولاً: بالنسبة للسياحة الدولية:

أ) توفير متطلبات نمط السياحة الإسلامية^(١):

١- المتطلبات المادية:

- الفنادق التي تقابل الاحتياجات الدينية أو ما يطلق عليها الفنادق religion-friendliness hotels الإسلامية Shariia compliant hotels أو أماكن ضيافة حلال Halal hospitality، ولها عدد من الخصائص حددتها دراسة Handerson, J.C., 2010^(١) هي:
 - عدم تقديم أو استهلاك الخمر، بالإضافة إلى تقديم الأطعمة الحلال ومنها اللحوم التي تم ذبحها وفقاً للشريعة الإسلامية وذلك باستبعاد لحوم الخنزير.
 - تواجد المصاحف وسجاجيد الصلاة وبعض كتب الإنكار والادعية، ومؤشر القبلة **Quran and the Qiblah direction pointer** في كل غرف الفندق وتوفير أماكن للصلاة مع عدم توجيه الحمامات في اتجاه القبلة.
 - أعداد الحمامات بتجهيزات للاغتسال "Bidets".
 - وسائل ترفيهية مناسبة دونما قنوات تليفزيونية إباحية - أو ملاهي ليلية.

* هذا التقسيم حددته دراسة التي تناولت مفهوم الخصائص الدينية للمقصد

Battour, M., Ismail M. N. and Battor, M., The Impact of Destination Attributes on Muslim Tourist's Choice, *International Journal of Tourism Research*, Online Version of Record published before inclusion in an issue, 2010:

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jtr.824/abstract>, accessed: Mar., 2011.

1-Henderson, J.C, "Sharia-compliant hotels", *Tourism and Hospitality Research*, Vol, 10, July, 2010, pp. 248.

- فصل التسهيلات الترفيهية للرجال عن النساء، وتخصيص احوار لاقامة النساء او توفير وحدات الإقامة للنساء فقط (*) women only accommodation، (**) مع توفير خدمات صحية تساعد على تجديد نشاط السائح ؛ حيث يقترح تقرير WTM 2009 ان يتم ربط الإقامة النسائية بالسياحة العلاجية مثلا بما يسمح بوجود مثل هذا النوع من الإقامة في دول التكتل.

- ضرورة ان يسهم تصميم الفندق في اثناء تجربة للسائح من خلال تمييزه اما من خلال الجو العام، الخدمات والتسهيلات، الديكور والخصائص الفريدة للثقافة الاصلية للمقصد ، او من خلال اثناء العلامة التجارية، بما يجعله جذابا للزبائن للسائحين المحتملين عبر الكلمة المنطوقة، وتعد الفنادق المتوافقة مع الشريعة الاسلامية في حد ذاتها مميزة في هدفها، وخدماتها، وتسهيلات، وبالتالي فان تصميمها

* ويعد فندق "لوزان" الواقع في مدينة "الرياض" من أوائل الفنادق الخاصة بالسائحات النساء القادمت من الخارج، وتم افتتاحه في مارس ٢٠٠٨

** يوجد في ألمانيا وكالات السفر المخصصة لخدمات سفر المرأة ففي برلين يوجد فندق ارتي ميزيا Artemisi الذي تستطيع النزيلات التجول فيه بالتركة سوت او البكيني، ويوجد داخل الفندق وكالة سفر تنظم الزيارات النسائية للمزارات الثقافية والسياحية وغيرها، كما تأسست في هامبورج بورصة سياحة النساء، وفي لندن يعد فندق Reeves اشهر الفنادق النسائية الأوروبية، وبه وكالة سفر تنظم رحلات للنساء تحت شعار (غربا وشرقا بمنتهى الامان ودون قيود) ، وقد تم تخصيص الطابق الأربعين في فندق أبراج الإمارات لهذه الغاية، والذي يتألف من ١٠ غرف وجناح واحد في قمة البرج وقد تم تصميم طابق شوبارد لمبيعات الأعمال المسافرين اللواتي يبحثن عن أعلى درجات الفخامة والخصوصية. ويقوم طاقم مؤلف من الموظفات الإناث حصرا بتقديم الخدمات لمبيعات الأعمال المسافرات في طابق شو بارد الفاخر كما أطلقت شركة مدائن للاستثمار الفندقية أول صندوق استثماري لتمويل إنشاء الفنادق الإسلامية بقيمة مليار درهم (تبادل ٢٧٢.٥ مليون دولار)، بهدف في المقام الأول إلى تشييد ٣٠ فندقا في الإمارات والسعودية خلال ٣ سنوات و أول المشروعات سوف يقام في إمارة أم كما أن الشركة تستهدف كذلك سوق الفنادق في أبي ظبي .

الداخلي وعمارتها ايضا يجب ان تكون منفردة نابعة من ملامح الثقافة المحلية اعتمادا علي نوعية السائح التي يسعى الفندق لاجتذابها.^(١)

- توفير فريق عمل بملابس مناسبة محتشمة مع اعلان سياسة عامة لزي النزلاء ، بالإضافة الي ذلك فقد اشارت دراسة Timothy and Iverson 2006 انه يمكن ايضا لهذه الفنادق ان تعلم موظفيها التواصل الثقافي مع احتياجات السائحين المسلمين وان يكون هناك موظفون من الرجال لخدمة الرجال، ومن النساء لخدمة النساء بالإضافة الي ذلك يتم توظيف الكوادر النسائية المتخصصة ليس فقط في المكاتب الامامية في الفنادق والمطاعم، و الارشاد السياحي وانما ايضا في الانتقالات حيث يتم انتقاء السائحين القائمين عليها من النساء ايضا، او وضع اتوبيسات معزولة للنساء مثلما تقوم به دبي بالإضافة الي شواطئ للنساء.^(٢) ولا يقتصر هذا النمط في ادارة، وملكية مشروعاته وتمويلها علي افراد مسلمين وانما هناك بعض الشركات الأخرى، وهناك العديد من شركات الفنادق المتوافقة مع الشريعة الاسلامية في منطقة الشرق الاوسط و شمال افريقية مقرها دبي بالإمارات العربية المتحدة ويتضح ذلك في الجدول التالي:^(٣)

1- Lee , T.J., "role of hotel design in enhancing destination branding " , *Annals of Tourism Research* , Vol. 38, No. 2 , 2011 , pp. 708-710.

* من اهم الشواطئ النسائية: شاطئ يشمك، وو شاطئ La Femme مارينا - الساحل الشمالي المصري.

2- Battour, M., Ismail, M.N& Battor, M., op.cit.

و راجع ايضا :

Henderson, J.C, Op.cit, P. 247

3- Ibid, P. 249.

جدول رقم (٣٥): الفنادق المتوافقة مع الشريعة الإسلامية

اسم شركة الفنادق	الفهوم	المتنكات القائمة	المتنكات المخطط تنفيذها
الملا للضيافة	توافق مع الشريعة الإسلامية ونمط الحياة الملتزم بدون اجبار للزائر	-	١٥٠ (لششرق الأوسط - شمال افريقية - جنوب شرق اسيا - اوروبا) تنتهي ٢٠١٣
الجوهرة	ضيافة إسلامية - ضيافة امارتية - توافق مع الشريعة الإسلامية	٣ (دبي)	غير متاح
مجموعة لاندمارك للفنادق	توافق مع الشريعة - اتجاه شرق اوسطى	-	١٠ (فنادق وشقق مجهزة بالملكة العربية السعودية والامارات العربية المتحدة) تم انطلاقتها عام ٢٠٠٨
فنادق ومنتجعات ريجان (روتانا)	احترام ثقافة ومعتقدات النزلاء	١ (الملكة العربية السعودية)	٣
مجموعة سراي	شرقى اوسطية - توافق مع الشريعة	-	٢٤ (الشرق الأوسط - شمال افريقية - جنوب اسيا)
فنادق شذا	تقوم على الثقافة والتقاليد العربية - الروح الشرقية - حسنة للاعتبارات الإسلامية	-	٧ (البحرين - القاهرة - الدوحة - دبي - مراكش - مسقط) بشراكة مع German Kempenski group مع مؤسسة مالية بحرينية تم افتتاحها عام ٢٠٠٦
فنادق ومنتجعات تمنى	الالتزام بالمبادئ الإسلامية	١ (دبي)	٢ (الامارات العربية المتحدة)

المصدر:

Corporate websites; Hotelier Middle East (2008a - d); Rosenberg and Choufany (2009).

يتضح من الجدول وجود سياسة عامة هي الالتزام بقيم المجتمعات الإسلامية مع مراعاة الاعتبارات الاقتصادية المتعلقة بعدم تحديد سوقها المستهدف أو تضييقه إلا أن هناك بعض الملاحظات تتمثل في :

○ أن سياسة شركة الملا تتمثل في أن منع الخمر أو التدخين يمكن أن يمثل عنصر جذب selling point من أجل الحفاظ على الصحة العامة وخوض تجربة متميزة يصعب خوضها في الاوساط الغربية Hotel branding as healthy & responsible ، وبالتالي استهداف شريحة المسافرين التي تتميز بالوعي والتفتح 'conscious lifestyle travellers' بحيث يصبح للفندق سياسة عامة ملازمة للنزلاء الذين يختارون الإقامة بالفندق دونما اجبار و بحيث يصبح للقيم و اسلوب الحياة في المجتمعات الإسلامية قدرة علي الوصول بصورة ايجابية للسوق المستهدف.(١)

○ أما بالنسبة لفنادق شذا فهي تستهدف تقديم تجربة مميزة للسائح تتبع من الثقافة العربية الإسلامية، والروح الشرقية وتؤكد على أصالة التجربة التي يخوضها السائح داخل الدول العربية الإسلامية، والتي بالضرورة لا تنطوي على استهلاك أو تقديم الخمر إلا أنه لابد أن تستخدم الرسالة الاعلانية بصورة ايجابية تراعي استخدام المصطلحات والمفردات المناسبة داخل الرسالة الاعلانية، ولا تتعرض للالتزامات والفروض الدينية التي قد تثير القلق وعدم الارتياح والعيبة هنا بإمكانية قيام مسؤولي التسويق بتوجيه رسالة اعلانية مناسبة لغير المسلمين.

○ كذا فإن العائلات المحافظة التي تريد الاستمتاع بالهدوء فهي هدف آخر لفنادق لاندمارك ، أما مجموعة سراي فهي تستهدف سائحي منطقة الشرق الاوسط بالإضافة الي السائحين الغربيين وتسعي الي تقديم تجربة اصيلة خاصة لسائحي المنطقة.

1- Henderson , J.C., Sharia-compliant hotels, op.cit , p. 251.

○ اما الشقق الفندقية التي تقدمها " الجوهرة " فهي تضمن توفير ضيافة اماراتية و اسلامية مميزة، وهي تتفق في سياستها مع مجموعة روتانا في احترام معتقدات النزلاء.

○ وبالنسبة لرؤية مجموعة تمنى للفنادق و المنتجعات فهي تستهدف تقديم منتج فريد قائم على التراث العربي و القيم المحلية دونما قيود دينية او عرقية.

- اماكن الصلاة: يتعلق الامر بمدى توافر اماكن للصلاة حيث يري Handesron 2003 ان المسجد وحجرات الصلاة بالفندق تمثل عنصر جذب للسائح؛ كما يسهم وجود عدد من المساجد بالقرب من مكان اقامة السائح في زيادة رضا السائح عن تجربته وهذا مما لاشك فيه من اهم مميزات دول التكتل. هذا بالإضافة الي ضرورة توافر المساجد داخل المواقع السياحية.^(٩)
- مدى توافر الاطعمة الحلال: يتعلق الامر هنا بمدى توافر الاطعمة التي يبيحها الاسلام فقط اذ يحرم الاسلام لحوم الخنزير، والخمور، حيث يحرص السائح للمسلم ليس فقط علي تناول الاطعمة الحلال وانما ايضا التأكد من انه تم ذبح الحيوانات وفقا للشريعة الاسلامية، وقد تناولت عدد من الدراسات مدى تأثير توافر الاطعمة الحلال علي اختيار المسلم لزيارة مقصد معين مثل دراسة، **Mohsin and Ryan, 1997; Syed, 2001; Mohsin2005; Weidenfeld, 2006^(١٠)** بحيث لا يتم تقديم اطعمة يدخل في تكوينها المحرمات بجميع صورها واشكالها ولا يجب ان تكون

* من المطروح باستمرار هو عدم وجود مصلي داخل مكتبة الاسكندرية وهذه مشكلة تواجه كل مرتادي المكتبة سواء من السائحين او مستخدمي المكتبة ايضا وقد اشارت لذلك احدي السائحات الخليجيات في زيارة للمكتبة بان ذلك Fatal mistake.

1- Weidenfeld, A.&Ron, A.S., OP.CIT, P. 359

وراجع ايضا :

Weidenfeld, A., " Religious needs in the hospitality industry",
Tourism and Hospitality Research, Vol. 6, No. 2, 2006,, P. 144.

ادوات تناولها قد تم تعرضها لهذه الاطعمة. ويرى **Dugan, 1994** انه كلما استطاع المقصد ارضاء احتياجات السائح المسلم الغذائية اثناء الرحلة فانه يجذب مزيدا من السائحين المسلمين وهذا ما تستطيع توفيره دول التكتل، ولا شك ان رضا السائحين يزيد من ولائهم وزياراتهم المقبلة.

وقد اشارت دراسة Battour, M., Ismail, M.N& Battor, M., 2010. الى انه من المفترض ان يكون مكان الفندق بعيدا عن

الملاهي الليلية، او اماكن ممارسة الرئيلة red light districts - **خدمات مساندة:** يتعلق الامر هنا بضرورة توفير خرائط لاماكن المساجد في مراكز المعلومات السياحية، والمطارات، والفنادق، وتوفير خدمة سائقات التاكسي من النساء مما يسبب الارتياح لدي السيدة واسرتها مثلما هو الحال في بعض الدول مثل البرازيل.

٧. **متطلبات غير مادية:**^(١)

- **رحلات شاملة حلال:** حيث يمكن تخصيص عدد من الرحلات الجوية او اماكن معينة داخل الطائرات تخصص لعدم تناول الكحوليات^(٢)، كما يجب تخصيص اماكن معينة للنساء من اجل الترفيه مثل تخصيص ساعات معينة لحمامات السباحة والشواطئ وممارسة الرياضة حتي لا يتعارض رغبتهم في الاستمتاع مع القيم الاسلامية في ارتداء ملابس مناسبة للسباحة ، ويوجد عدد من الشركات السياحية في الدول العربية الاسلامية تقوم بتنظيم رحلات وفق هذا النمط.^(*)

1- Battour, M., Ismail, M.N& Battor, M., op.cit.

2- World Travel Market (WTM), **global trends report 2007.**

* <http://www.arabafriantours.com>
<http://egyptexcursions.net/private-excursions-daytrips/84-egypt-halal-tours-egypt-halal-friendly-muslim-tour-packages>
<http://egypthalaltours.com>
Responsible Travel.com, accessed: May, 2011.

وسوف يتم في اخر الدراسة اقتراح نموذج لرحلة حلال بالاستعانة بالمواقع السابقة.

- عدم الاباحية في الملابس من المفترض ان يرتدي السائحون ملابس محتشمة في بعض الاماكن مثل الاماكن الدينية كالمساجد وهنا يجب ان يبرز دور منظمي الرحلات في توعية السائحين.

- الاخلاقيات الاسلامية مثل عدم الحرية الجنسية لا يجب ان يسمح بتسكين غير المتزوجين في نفس الغرفة، كما لا يسمح باستخدام اية صور نسائية اباحية في المطبوعات الدعائية مثلما تقوم به ماليزيا في بعض الولايات او المدن.

بخلاف ذلك فان العائلات من المحافظين سوف يكون لهم متطلبات خاصة بأطفالهم كقوائم طعام ومقاعد او اماكن ترفيهية للأطفال، واماكن لركن السيارات، وتخفيضات خاصة كعائلة او للأطفال.^(١)

ومن هنا يجدر بمسؤولي التسويق اعداد خطة تسويقية تقوم علي رسالة دعائية موجهة لعامة المسلمين و كذا السائحين المحافظين بما يرضي احتياجاتهم، ويعطي اختيارات واسعة حول اختيار بعض المسلمين لتسهيلات وخدمات ورحلات شاملة اخري.^(٢)

- تسهيل اجراءات الدخول بالنسبة للسائحين الوافدين من الدول الاسلامية غير العربية خاصة فيما يتعلق باجراءات وتأثيرات الدخول ويقترح ان يتم ذلك بضوابط تحقق الاعتبارات الامنية حيث انه من الممكن ان يتم السماح للمجموعات السياحية فقط و بخطاب ضمان من الشركة بالدخول بتأشيرة من موانئ الوصول ، او السماح لهم بالدخول بتأشيرة مسبقة دونما موافقات أمنية علي الا يتعدي عدد افراد المجموعة السياحية عددا كبيرا و ليكن (٢٠) .

1- Carol Southall, Family Tourism, <http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Family+Tourism>

وراجع ايضا :

Holiday Decision Making: The Family Perspective
<http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Holiday+Decision+Making%3A+The+Family+Perspective> , accessed: Apr, 2011.

2- Battour, M., Ismail, M.N& Battor, M., op.cit

ب) توفير متطلبات السياحة الثقافية (تسويق التراث الاسلامي):

ا) تنمية مناطق الآثار الاسلامية وإدارة الزائر:

يستهدف تنمية مناطق الآثار الاسلامية جذب اهتمام السائح الاجنبي غير العربي الي مناطق الآثار الاسلامية من اجل تعريفهم بالتاريخ الاسلامي وتوضيح صورة الاسلام خاصة في ظل الصورة الاعلامية السلبية له من جهة ومن جهة اخرى قلة المعلومات الصحيحة المتوفرة عن الآثار الاسلامية.

يتطلب ذلك قيام الهيئة العليا للسياحة بالتعاون مع منظمة الايسيسكو في اطار مشروع تنمية السياحة الثقافية بعمل مسح شامل لكافة مناطق الآثار الاسلامية ورسم خرائط شاملة لكافة مواقع التراث الاسلامي الهامة مع الاشارة الي تلك المدرجة في مواقع التراث العالمي في الدول الثلاث، مع تحديد المواقع التي تحتاج الي عمليات تطوير وإدارة خدماتها لذا يقترح الاهتمام بالعناصر التالية:

١- الاهتمام باستمرار بعمليات الصيانة والترميم

٢- الاهتمام بنظافة هذه الاماكن من خلال توكيل هذه المهمة لشركات متخصصة من القطاع الخاص.

٣- الاهتمام بوجود اماكن للزائرين داخل هذه المناطق كالاستراحات والمطاعم والكافيتريات ودورات المياه الصحية والاتصالات .

٤- تفسير التراث interpretation وعرضه داخل المواقع الاثرية من شاشات عرض كبيرة، وخدمات المرشد الالكتروني.

٥- المساهمة في تفعيل خطة العمل الصادرة عن منظمة الايسيسكو عام ٢٠٠٩ والتي تسير نحو تنفيذ استراتيجية تنمية السياحة الثقافية في العالم الاسلامي.^(١)

١- المنظمة الاسلامية للتربية والعلوم والثقافة (الاييسيسكو)، استراتيجية تنمية السياحة الثقافية في العالم الاسلامي:

<http://www.isesco.org.ma/arabe/strategy/documents/Strat%C3%A9gieTourisme%20Arb-%204.1.pdf>, accessed: May 2011.

و من ناحية اخري .. اشترطت UNWTO عددا من القواعد عند زيارة الاماكن المقدسة الاسلامية كالمساجد او الاضرحة اهمها^(*) الشفافية في توحيد قواعد الزيارة سواء لمعتقدي الديانة ام غيرهم سواء بالنسبة لساعات الزيارة او طريقة اللبس.

وفيما يتعلق بإدارة الزائر فقه استنادا للقواعد الاساسية للتعاون ومن اجل السعي نحو تطبيق الرؤية الاخلاقية الجديدة للسياحة الثقافية التي تم الاشارة اليها سلفا؛ فان الامر يتطلب محاولة خلق الوعي لدي السائح بالآثار المحتملة لزيارته، بحيث يصبح السائح مسؤولا responsible وحساسا للثقافة culturally sensitive traveler يمارس أنشطة ايجابية نحو المقصد دونما استغلال مما يقلل حدة التوتر في العلاقة بين السائح والمضيف، وبعبارة اخري يصبح السائح قادرا علي التعامل باحترام مع المقصد وسكانه المحليين ولا يمكن ان ياتي الاحترام دون فهم لعناصر الثقافة خاصة لتعاليم الدين، مما يخلق التسامح تجاه المقصد بل والعالم لجمع.^(١)

ويتم ذلك من خلال مشاركة جميع اطراف الصناعة (الحكومة - الصناعة ممثلة في منظمي الرحلات - المجتمع المحلي) في مراحل الرحلة المختلفة:

١. قبل الزيارة pre-trip

- دور منظمي الرحلات في بلد السائح: ويتركز هذا الدور في دور التوعية وتعليم السائح السلوك المسئول ثقافيا واخلاقيا بما يسهم في تحقيق الاستدامة الثقافية عبر المنشورات الدعائية brochures للدولة من خلال استخدام بعض الكلمات: القيم، الاخلاقيات، التسامح، الاحترام، التقاليد الاجتماعية والثقافية، المسئولية، الاستدامة، التعلم

* راجع الكود الاخلاقي للسياحة الذي اصدرته المنظمة، مرجع سابق.

1-Gray, L.P., et.al, "Do US tour operators' brochures educate the tourist on culturally responsible behaviours? A case study for Kenya ", *Journal of Vacation Marketing*, July 2005 vol. 11 no. 3, p.272.

والتعليم، حياة السكان المحليين، وما يعرف باسم افعّل ولا تفعل Dos & Donts وشرح الاسباب وراء ذلك بما يسهم في اعطاء السائح المسؤولية الاجتماعية^(١)، وقد اشارت دراسة Goodwin , H & Francis , J. 2003 الي ضرورة تبني سياسة توفيقية داخل الشركات السياحية لعمل رحلات مسئولة وتعليم السائحين السلوك المسئول بإصدار نصائح لهم في هذا الشأن بحيث يمكن ارفاقها مع تذكرة السفر.^(٢)

- **دور الحكومة :** يتضح هنا في الوظيفة التخطيطية الممثلة في تحديد الطاقة الاستيعابية للاماكن الاثرية المختلفة ، و التي يساعد تحديدها في استدامة المواقع الاثرية من خلال تحديد مستوى الاستخدام المقبول الذي يمكن للموقع الاثري ان يتحملة قبل ظهور اية اثار سلبية للتدفق المتزايد من السائحين و يشمل مفهوم الطاقة الاستيعابية ابعادا متعددة نفسية و اجتماعية و ثقافية واقتصادية بحيث لا يتم السماح للنشاط السياحي بان يلحق الضرر بالمجتمع المحلي او يعارض اهدافه ومصالحه ويمكن ادارة الطاقة الاستيعابية من خلال سياسات التسعير او من خلال التعرف علي الطاقة المحددة للمواقع الاثرية المختلفة^(٣).

1- ibid, p. 277.

* اصدرت مؤسسة Voluntary Service Overseas (VSO ما يعرف باسم VSO World Wise advice بها عدد من النصائح الموجهة لاطراف النشاط السياحي منها منظمو الرحلات، ووكالات السفر، والفنادق، لمزيد من المعلومات راجع:

Goodwin , H. & Francis, J., Op.Cit , p. 276. 3

٢- مصطفى احمد السيد احمد مكاي، تقييم علاقة الطاقة الاستيعابية بإرساء مبادئ التواصل للتنمية السياحية (دراسة مقارنة: الفردقة - مرسى علم)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق ، جامعة الاسكندرية، ٢٠٠٣، ص ٥٢ ، ٤٥ و٧١ وما بعدها.

بد أثناء الزيارة on site :

١- دور المرشد السياحي^(٢) والذي ينتج عنه تسهيل رحلة السائح وزيادة متعة التجربة.^(١)

٢- توفير مقالات داخل مجلات الطائرات airlines magazines

٣- تأكيد أصالة مواقع التراث الديني من خلال توفير مراكز معلومات للسائح حال وصوله حول قواعد زيارة هذه الأماكن بما يمنح التجربة السياحية معنى وهدفاً.

أما بالنسبة لتسويقها فقد وضعت UNWTO قاعدة أساسية للعمل وهي تقديم عرض مغر لزيارة الآثار الإسلامية وفقاً لعدد من القواعد الأخلاقية داخل الاستراتيجية التسويقية للمنتج السياحي المتكامل للمقصد الأعظم .

ويقترح أن يكون ذلك تحت شعار " نعال لتري الاسلام الحقيقي المتحضر هنا " come to see the real civilized Islam here .
إذا فإن الرؤية المقترحة هي أن يشعر بثناء بالتجربة السياحية ولكن دون التعامل بشكل كامل مع المحظورات الإسلامية فمثلاً بالنسبة لإشكالية الكحوليات: سوف يتم التعامل مع هذا الأمر بشيء من المرونة حيث يقترح مثلاً أن يسمح للسائح بإحضار عدد مقنن من زجاجات الخمر بالإضافة إلى تقنين موعد ومكان تناولها. علي أن يسمح للسائح في بعض شركات الفنادق بتناولها أو شرائها من خارج الفندق - هذا في حال رغبته.

٢- استخدام عناصر الجذب الثقافية الملموسة كمزيج ثقافي متكامل في البرنامج

السياحي الثقافي:

- الإطعمة التراثية:

وترجع أهمية هذا الطرح للأسباب التالية:

• تعتبر استخدام الإطعمة التراثية أحد الاستراتيجيات التنافسية لتسويق المقاصد لما لها من قدرة علي إبراز هوية التكتل كمقصد

* راجع الفصل الرابع.

1- ibid, op.cit, p.278.

اعظم strengthening a region's identity ويسمح باستدامة التراث الثقافي علي المدى البعيد sustaining cultural heritage^(١) أو كذا ابراز تميزه واختلافه مما يمنحه ميزة تنافسية مستدامة sustainable competitive advantage^(٢) ، كما انها من اهم العوامل التي تحقق اصالة تجربة السائح^(٣) خاصة اذا ما اتسمت بالتنوع ولا شك ان ثراء المطبخ المصري والمطبخ التونسي والمغربي له من القدرة علي تحقيق ذلك.

اذ يتميز المطبخ التونسي بتنوعه فهو نتيجة تالف بين فنون الطبخ العربي والانديسي والبربري ، ومن اشهر المأكولات التونسية البريك، والكسكس وتقوم اغلب المطاعم هناك بتقديم الاطباق في جو من الهدوء والموسيقى والديكور التونسي والذي يمنح الاصالة وفي النهاية يتم القيام بتقليد رش ماء الورد علي الايدي من اجل العودة مرة اخري.^(٤)

كما ان المطبخ المغربي يتميز بتأثره بالمطبخ الأمازيغي الأصول بالإضافة إلى المطابخ العربية الأندلسية والسمة المميزة هي الطبخ بالفواكه مع اللحوم مثل السفرجل مع لحم الحمل أو المشمش مع الدجاج. ومن أشهر الأطباق المغربية هي الكسكس، البسطيلة، المروزية، الطاجين، الطنجية، الزعلوك والحريرة. ورغم أن الأخيرة هي الشورية، فإنها تعتبر وجبة كاملة ويقدم عادة مع التمر خلال شهر رمضان.^(٥)

1- Everett, S. & Aitchison, C., "The Role of Food Tourism in Sustaining Regional identity: A Case Study of Cornwall", South West England, *Journal of sustainable Tourism*, Vol. 16, No. 2 , 2008, p.150

2- du Rand, G.E., " Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing",
http://www.up.ac.za/dspace/bitstream/2263/5320/1/DuRand_Towards%282006%29.pdf, accessed: Nov, 2008.

3- Cohen, E. & Avieli, N., "food in tourism attraction and impediment", *Annals of Tourism Research* ,Vol. 31, No. 4, 2004, pp. 774.

٤- وزارة السياحة التونسية، مرجع سابق.

5- wikipedia

اما المطبخ المصري يشتهر بمذاقه المصري الخاص مع وجود بعض التأثيرات الغنية التي تنريه، خاصة التأثيرات التركية والتأثيرات الشامية في الحلويات. العديد من الأطعمة المصرية ما زالت موجودة منذ مئات بل آلاف السنين عند المصريين مثل الملوخية التي تعتبر من الأكلات المصرية القديمة، وانتقلت إلى البلدان العربية تباعا، كذلك يوجد الكشري أيضا ، وكذا المشروبات التي ترتبط في اذهان المصريين بالمناسبات الدينية مثل:العرقسوس الخروب والتمر هندي والسوييا والعناب وعصير القصب وهو ملك العصائر في مصر.^(١)

- ان لها قوة تحقيق رضا السائح عن تجربته واكسابها التفرد، واعادته للمقصد مرة اخري، مما يعطي للسائح المحتمل انطبعا ايجابيا حول المقصد^(٢) خاصة اذا ما احسن تقديم الاطعمة التراثية بطريقة مميزة تجذب السائح.

- انها تسهم في زيادة انفاق السائح خاصة ان السائح لديه استعداد لزيادة الانفاق علي جوانب الثقافة المحلية عموما وعلي بند الاطعام علي وجه الخصوص من الانفاق علي الرحلة السياحية، كما انها تسهم في مد الموسم السياحيextending the season اذا ما تم تقديمها من خلال بعض الاحداث او المهرجانات، ومن المقترح ان يتم ذلك عبر مجالات محددة وهي:

١- زيارة مطاعم معينة او اماكن محلية معينة تشتهر بانتاج الاطعمة لتناولها

٢- زيارة اماكن انتاج الاطعمة في شكل رحلات عبر دول التكتل food routes وذلك بالارتباط مع الزيارات للمواقع التاريخية المختلفة.

٣- اقامة مهرجان بموعد محدد سنويا للاطعمة التراثية باسم مقترح مثل Arab flavors او food stories والترويج له عبر الاعلام سواء التلفزيون او الانترنت ويمكن ان يتم ذلك من

1- Ibid.

2- Kivela, J. & Crofts, J.C, " tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 30, No. 3, August 2006, P. 372.

خلال التعاون بين الهيئة العليا للسياحة وبين قناة فتافيت* القناة الاولى والوحيدة لفن الطعام في الشرق الاوسط^(*)، مع القيام باشتراك القطاع الخاص الممثل في اهم المطاعم المقرر مشاركتها وذلك عبر الموقع الالكتروني المقترح تدشينه سلفا بما يسهم في ابراز القيمة الثقافية لدول النكتل، ومن ثم تكوين الصورة الذهنية لثقافة المقصد او المنطقة لدي السائح.

- المنتجات الحرفية التذكارية:

تبدو وجهة هذا الطرح في الاسباب التالية:

- ان المنتجات الحرفية التذكارية تعد احد بنود الاتفاق السياحي كما انها تعد احد عناصر الجذب الثقافية التي تسهم ولا شك في تعميق اصالة الصورة السياحية، وتضيف لاصالة تجربة السائح.^(١)
- ان البرنامج التنفيذي للتعاون السياحي بين تونس ومصر (٢٠٠٥-٢٠٠٧) ينص في مادته الاولى علي ضرورة اقامة الاسباب السياحية للتعرف علي الصناعات التقليدية في البلدين.
- الثراء الذي تتمتع به المنتجات الحرفية في دول النكتل المختارة والنابع من ثراء التاريخ والفنون المرتبطة بكل مرحلة تاريخية في تلك الدول فهناك الزرايبي القيروانية، والمرقوم القفصي، وقصص سيدي بوسعيد الشهير، بخلاف

* موقع قناة فتافيت علي شبكة الانترنت :

<http://fatafeat.com/>

وجدير بالذكر ان هناك مهرجانا للأطعمة التراثية بذلت اقامته في الاسكندرية منذ عام ٢٠١٠ و امتد حتي عام ٢٠١١ وذلك في اطار اسبوع للتراث السكندري يقيم مركز الدراسات السكندرية بالتعاون مع عدد من المؤسسات الثقافية في الاسكندرية كمكتبة الاسكندرية ومركز ابداع الاسكندرية و متحف الاسكندرية القومي و الذي قام باستضافة المادبة التي قام علي تنفيذها طلبة المعهد العالي للسياحة والفنادق بالسبوف و كان اقبال السائحين الاجانب علي هذه الاطعمة كبيرا و قد تم الحصول علي هذه المعلومات من واقع عمل الباحثة بمتحف الاسكندرية القومي.

١- نهى ابراهيم خليل، الصناعات الصغيرة ودورها في التنمية الاقتصادية والسياحية، الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، ٢٠٠٩، ص ص ١٢٦ ، ١٣٣

الاحذية التونسية التقليدية^(*)، وتعتبر الصناعة التقليدية في المغرب واشهرها الخزف الذي يزوج بين جمالية هندسة الفن الإسلامي والخاراف المستوحاة من النباتات.⁽¹⁾ اما بالنسبة لمصر فهي تشتهر بالمنتجات الخشبية خاصة المشربيات وتلك المطعمة بالصدف والمينا، كما تشتهر بمنتجات الالبستر والاحجار الكريمة.

ومن المقترح في اطار البرنامج السياحي ان تتم زيارة لاحد مناطق الصناعات التقليدية في دول التكتل في اطار المزيج الثقافي المتكامل للرحلة (خاصة رحلات التراث الاسلامي).

كذلك فانه من الممكن تنظيم رحلات سياحية متخصصة لأشهر اماكن تصنيع وبيع هذه المنتجات في شكل اسبوع سياحي لأصحاب الاهتمامات الخاصة بالثقافة والتعلم.⁽²⁾ كما يقترح اقامة مهرجان للحرف ثلاث مرات سنويا لعرض المنتجات الحرفية للدول الثلاثة كل علي حدة علي ان يتم ذلك في مواسم الكساد السياحي من اجل تنشيط الحركة السياحية الوافدة، وان تقام برامج Hands - on لتعليم حرفة معينة تشتهر بها الدولة او تعليم منتج بعينه كل سنة، علي ان يتم الترويج لهذه الأنشطة عبر القناة الفضائية المزمع انشاؤها وكذلك صفحات الانترنت التي سبق الحديث عنها.

* تم التعرف علي هذه المنتجات من خلال الرجوع الي :
وزارة السياحة التونسية، مرجع سابق .

www.wikipedia.org, accessed: May, 2011.

1- Ibid.

2- Buhalis, D., " The Tourism phenomenon: the new tourist and consumer", in Wahab, S. & Cooper, C.P., (eds.), *Tourism in the Age of Globalization*, (London, Routledge), 2001, pp. 78-80.

ثانياً: بالنسبة للسياحة البيئية:

١. إلغاء شرط حصول مواطني المغرب وتونس علي تأشيرات دخول مسبقة ومعاملتهم اسوة بمواطني دول مجلس التعاون الخليجي^(٢) التي لا تتطلب دخول مواطنيها مصر تأشيرة دخول.^(١)

٢. توفير وحدات الإقامة المفضلة للسائح العربي الوافد الي دول التكتل وهي غالبا ما تكون الشقق الفندقية، والعمل علي توفير اماكن اقامة للسائحين الوافدين من دول التكتل بما يناسب دخولهم.

ثالثاً: ادارة الصورة السياحية لدول التكتل كمقصد واحد ويقترح ان يتم اسناد هذه المهمة الي مؤسسة تسويقية متخصصة بالتعاون مع الهيئة العليا للسياحة، وقد اشارت دراسة Park, H.Y., 2011 الي ان التاريخ والتراث المشترك للمقاصد من اهم العوامل التي تساعد علي اعادة بناء صورة لها كمقصد واحد as One Nation لذا فانه من المقترح ان يكون نقطة الانطلاق لإدارة الصورة السياحية لدول التكتل كمقصد اعظم واحد هو التاريخ المشترك او ما يعرف باسم ذاكرة الامة المشتركة shared memory خاصة وان هذا التراث اللامادي intangible heritage هو الاكثر تأثيراً في ادراك السائح للمقصد ويؤدي الي اثراء الفهم والتقدير لثقافة المقصد مما يسهم في الحفاظ علي الهوية اذ ان ليس لها قوة تأثير الربط بين المقاصد فحسب وانما ايضا لها امكانية الاستمرار عبر الاجيال.^(٣)

* تشمل دول مجلس التعاون الخليجي : الإمارات والبحرين والسعودية ومملكة عمان وقطر والكويت

١- ورد ذلك كنوصية لتقرير صناعة السياحة الصادر عن الاتحاد المصري للغرف السياحية ٢٠٠١.

2- Park, H.Y., "Shared National Memory as Intangible Heritage: Re-imagining Two Koreas as One Nation ", *Annals of Tourism Research* ,Vol. 38, No. 2, 2011, pp. 520-539

وسوف تسير خطوات ادارة الصورة السياحية^(١) كما يلي:

أ- تقييم الصورة السياحية الحالية وتحسينها ان منطقة الشرق الاوسط وشمال افريقية يدركها السائحون كم منطقة اخطار نظرا لما تنقسم به من عدم الاستقرار السياسي وما يمر بها من حواث ارهابية مما ينعكس علي الصورة السياحية لدول المنطقة ككل.^(٢)

وعلي ذلك فان الخطوة الاولى تتضمن الاقرار اولا بالصورة السلبية للدول العربية الاسلامية بصورة عامة وذلك من اجل محاولة تغييرها استهدافا لاقناع السائح بان هذه المقاصد هي الاختيار الملائم وفقا لواقعهم المختلفة ويتم ذلك من خلال وسائل محددة لتحسين الصورة السياحية للتكتل ويقترح ان يتضمن العنصرين التاليين:

١- استخدام كتاب السياحة والسفر، ومنظمي الرحلات: تم اختيار هذه الوسيلة نظرا لكونها فعالة التأثير علي الصورة السياحية لان هؤلاء الافراد يشكلون اطرافا محايدة ليس لها علاقة بالمقصد مما يكسبها مصداقية عالية حينما يقدم هؤلاء الكتاب صورة سياحية ايجابية عن دول التكتل، كذلك فان منظمي الرحلات لهم من القدرة علي تشجيع السائح المحتمل علي زيارة المقصد^(٣).

يتم ذلك من خلال القيام بدعوة هؤلاء الكتاب انفسهم او حتي بعض منظمي الرحلات الاهم للقيام برحلات تعريفية familiarization trip مدفوعة بالكامل داخل المقصد بما يكسبهم معرفة عملية وواقعية عن المقصد^(٤) ويدفعهم لكتابة مقالات تركز بصورة مباشرة علي التعريف بالمقصد.

٢- استخدام الاعلان عن المقصد الاعظم من خلال وسائل اعلامية محددة ويقترح ان تكون

١- داليا زكي، مرجع سابق، صفحات متفرقة.

* راجع الفصل الثالث.

٢- نفس المرجع السابق، ص ص ٥١، ٥٢، ٧٦، ٧٧.

٣- محمد عمر مؤمن، للتخطيط السياحي، الاسكندرية : المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٩، ص ١٤٣.

- إنشاء قناة فضائية سياحية:

و يتم ذلك علي ان تثبت بلغات مختلفة(*) وتكون ذات هدفين رئيسيين:

- تصحيح الصورة الذهنية لدول التكتل: من خلال بث برامج حوارية، ولقاءات حية لإبراز صورة الاسلام والعرب المسلمين الحقيقية في رفض التطرف والعنف ضد السائحين واطهار موقف الاسلام من السياحة وقبول الاخر مما يؤدي الي حشد الرأي العام العالمي وبالتالي تخفيف حدة ظاهرة الاسلاموفوبيا، علي ان يتم التعامل مع ذلك علي مستوي متعدد الابعاد اعتمادا علي تقسيم إدريس توفيق للمجتمعات في الغرب^(١) حسب نظرهم للإسلام إلى أربعة مجموعات:

المجموعة الأولى: هم الذين يكرهون الإسلام بشكل واضح، وهي مجموعة صغيرة العدد.

المجموعة الثانية: هي مجموعة السياسيين الذين يربطون بين أى شئ سئ وبين الإسلام ويروجون لذلك.

المجموعة الثالثة: هي مجموعة الإعلاميين في وسائل الإعلام المختلفة الذين يساعدون السياسيين في الترويج لهذه الصورة السيئة للإسلام والمسلمين حتى يتم ترسيخها في أذهان الناس.

المجموعة الرابعة: هي أكبر تلك المجموعات عدداً، وتضم هؤلاء الذين لا يعرفون شيئاً عن الإسلام.

وعليه فانه من المقترح ان يتم استهداف المجموعة الرابعة بصورة رئيسية من أجل تقديم صورة حقيقية للإسلام خاصة ان هذه المجموعة تتميز بانها القاعدة الاكبر، كما تتسم بعدم وجود فكرة سلبية

* كان هذا الاقتراح قد ورد في قرارات مجلس وزراء الإعلام العرب الدورة العادية الثانية والأربعين يونيو ٢٠٠٩، لمزيد من المعلومات: جامعة الدول العربية، الأمانة العامة قطاع الإعلام والاتصال إدارة الأمانة الفنية لمجلس وزراء الإعلام العرب، قرارات مجلس وزراء الإعلام العرب الدورة العادية الثانية والأربعين ١٧ يونيو / حزيران ٢٠٠٩.
١- إدريس توفيق، مرجع سابق.

مسيقة؛ حيث يمثل تشكيل صورة جديدة عملية أكثر سهولة من نصحيح
اخرى سلبية.

اما الفئات الأخرى فانه من الصعب ان يتم السيطرة او توجيه
موقفها لانهم من اصحاب المصالح المعادية لأي فكرة تخالف مصالحهم
او توجهاتهم العقيدية او المياسية.

• تقديم الصورة السياحية المحسنة لدول التكتل كمقصد اعظم للأسواق المستهدفة:

بالتزامن مع تحسين الصورة يقترح ان تقوم القناة بالتركيز علي
الاعلانات التجارية، وبث برامج سياحية تستعرض انماط السياحة المختلفة
في دول التعاون علي ان يتم الاستعانة فيها بالمتحدثين من المشاهير،
ويرجع ذلك الي ما يتمتع به المشاهير من درجة عالية من المصادقية
نظرا لشهرتهم الواسعة وقدرتهم علي التأثير علي الافراد بالإضافة الي ما
يتمتعون به من القبول ومحبة الناس، حيث يتم استخدامهم كرموز
للمقصد.

**وفي حالة التعامل مع السياحة البيئية يفضل ان يكون اختيار
الشخصيات قائما علي شخصيات عربية شهيرة (فنية او رياضية)
ومقبولة و لها جاذبيتها وتمثل المنطقة ككل وليست رمزا لاحدي دول
التعاون فقط مثل الفنان عادل امام.**

اما بالنسبة للسياحة الدولية يحسن الاستعانة بشخصيات من ذوي
الاصول العربية او ذات الصدي العالمي بما يجذب السائحين الدوليين
لزيارة المقصد مثل بعض الفنانين او العلماء، مثل الفنان عمر الشريف،
او الدكتور احمد زويل او بعض الرياضيين المميزين من امثال ابراهيم
افلاي المغربي، عمرو شبانة المصري، او اسامة الملولي التونسي^(*)
ويقترح ان يتم ذلك من خلال برنامج سياحي اسبوعي او نصف
شهري يتم من خلاله تخصيص فقرة موجهة للأسواق المستهدفة.

• تم الاستفسار عن هذه الاسماء من احدي مسؤولي قناة دريم كورة الرياضية.

- استخدام الشبكة العنكبوتية **internet** يعتبر الانترنت احد مصادر المعلومات والتي تسهم في تشكيل الصورة السياحية ، ويقترح ان يتم استخدام شبكة الانترنت بأسلوبين:

♦ **إنشاء موقع رسمي للهيئة العليا للسياحة تمثل المقصد الاعظم المقترح** يتم من خلاله عرض ملامح المقصد والانماط السياحية المقترحة، مع التركيز علي مواكبة المستجدات علي دول النكتل خاصة علي الساحة السياسية لما لها من تأثير علي الطلب السياحي الدولي، وقد تم ذلك بالفعل عندما قامت مصر علي موقع هيئة التنشيط السياحي باستخدام احدث ثورة ٢٥ يناير في مصر^(١) في الترويج لمصر، وذلك من خلال التذليل علي تحضر الشعب المصري وعدم استخدامه للعنف في ثورته السلمية وكانت الحملة تحت عنوان The Legend of Tahrir Square او "اسطورة التحرير" حيث تم عرض تاريخ ميدان التحرير، ومعالم الميدان المميزة كالمتحف المصري، وفندق Ritz Carlton (النيل هيلتون سابقا)، وفندق رمسيس هيلتون^(٢) بالإضافة الي قصر الاميرة "نعمة الله" كمال الدين والذي يضم الان مبنى وزارة الخارجية^(٣) وقد تضمنت الحملة ايضا عددا

1- <http://www.egypt.travel>, accessed: Apr., 2011.

* وردت ابناء على مواقع التواصل الاجتماعي، مثل تويتر والفيس بوك عن ارتفاع أسعار الغرف المطلة على ميدان التحرير في فندق هيلتون رمسيس بالتحرير بشكل أكبر من الغرف المطلة على النيل. يأتي ذلك بعد بدء عودة السياحة إلى مصر بعد الأحداث الأخيرة التي شهدتها مصر، حيث توافد العديد من السياح العرب والأجانب ليشاهدوا ميدان التحرير الذي شهد معركة دامية طوال أيام ثورة ٢٥ يناير، وكان من المتعارف عليه قبل الثورة أن الغرف المطلة على النيل هي الأكثر تكلفة وسعرا ولكن أحداث الثورة جعلت من ميدان التحرير مزارا سياحيا وبالتالي ارتفعت أسعار الغرف المطلة عليه (ورد ذلك في جريدة اليوم السابع الالكترونية بتاريخ ٢٥ فبراير ٢٠١١)

** ينسب القصر الى صاحبه الاميرة "نعمة الله كمال الدين " وهو احمد نادر الميناني القديمة القليلة الباقية في هذه البقعة التاريخية من القاهرة ابنة الخديوى توفيق ابن اسماعيل باشا وزوجة ابن السلطان حسين كامل شقيق الملك فؤاد الأول والد آخر ملوك مصر الملك فاروق الأول. وقد بنى القصر على جزء من مكان سراى الاسماعيليه الصغرى بجوار كوبرى قصر النيل قامت الأميرة نعمة الله بإهداء قصرها الى وزارة الخارجية المصرية سنة ١٩٣٠ ليكون مقرا رسمياً جديدا لها حيث انتقلت من مبناها القديم في قصر البستان بشارع البستان بوسط القاهرة :

wikipedia.org

من الاقوال المأثورة عن ثورة ٢٥ يناير والتي جاءت علي السنة اهم الشخصيات السياسية الاوروبية والامريكية.

عليه فانه من المقترح ان يتم استغلال ثورة تونس ايضا مع الثورة المصرية علي الموقع المزمع انشاؤه تحت عنوان "ثورة بلادنا الحرة".

كما يقترح ان يكون الموقع محتويا كافة مستجدات أنشطة الهيئة العليا للسياحة، والعروض المميزة للزيارة ووسائل الإقامة علي ان يتم ربط هذا الموقع بمواقع وزارات السياحة وهيئات التنشيط في دول التعاون، وغيرها من المواقع ذات الصلة والاهمية.

♦ التعامل مع المواقع التفاعلية الشهيرة ووسائل الاعلام الاجتماعي

social media تسمح بمشاركة المعلومات والتعليق عليها واستمرارية التفاعل مع المقصد، ويقترح استخدام Facebook حيث يتم انشاء صفحة رسمية لدول التعاون كمقصد اعظم واحد حيث يتم عرض الانماط السياحية في دول التكتل وملاحه سواء التاريخ او الثقافة الشعبية والعادات الاجتماعية معززة بالصور ويتم الاستعانة ايضا بالفيديوهات youtube بما يسمح للسائح اما تكوين صورة كاملة وشبه واقعية عن المقصد قبل الزيارة، او تعديل هذه الصورة ايجابيا وذلك بشكل مستمر خاصة مع الاحداث المتلاحقة في الدول العربية الاسلامية علي الساحة السياسية مما ينعكس علي الصورة السياحية للمقصد.

(ب) تحديد الاسواق المستهدفة واسس تقسيمها: ويتم ذلك استهدافا للتركيز علي احتياجات هذه الاسواق وسعي الي اشباعها، واختيار الاسواق هو قرار اساسي يتخذ مسبقا ويتطلب التعرف علي حجم الاسواق المستهدفة، مع توقعات يتم تحديدها بما سوف يكون عليه سلوك هذه الاسواق في المستقبل ومعدلات نموها مثلا، بخلاف القوة الشرائية، ودرجة ربحيتها مما يعطي مؤشرا عن اشكال الإقامة والرحلات المناسبة والتسهيلات الملائمة لكل شريحة، ويتطلب ذلك بحوث سوقية متخصصة. وهنا يمكن ان يتم التقسيم علي اسس متعددة^(١) أولها:

١- داليا زكي، مرجع سابق، ص ٧٨ - ٨٣

• **التقسيم الجغرافي:** حيث يقترح ان يتم التقسيم الي السوق الاقليمية، والسوق البعيدة خاصة ان المقيمين في منطقة معينة يشتركون في خصائص معينة، ويدركون الصورة السياحية بطريقة متماثلة لذا سيكون من الممكن توجيه رسائل اعلانية محددة تحمل صورة معينة لكل من السوق الاقليمية (السياحة البينية)، والسائحين الدوليين.

• **التقسيم الديموجرافي:** والذي يتم علي اساس متغيرات ديموغرافية، وهنا سوف تتم توجيه الرسالة الاعلانية علي اساس تقسيمهم وفق متغير : الدين (لنمطي السياحة البينية و الاسلامية) حيث يتم توجيه رسالة اعلانية للسائح المسلم او المحافظ، كما سوف يتم توجيه رسالة اعلانية للسائح الثقافي وفق متغير مسنوي التعليم (سياحة التراث الاسلامي والسائح الثقافي، وتبدو وجهة هذا التقسيم هنا في عنصرين:

أولاً: قدرة التكتل السياحي كمقصد اعظم علي ارضاء احتياجات السائحين المحافظين بصورة اكبر من المنافسين خاصة ماليزيا مع الاخذ في الاعتبار ان نسبة كبيرة من السائحين المستهدفين هم من السوق الاقليمية التي تتسم بعدم الثقل وقت الازمات.

ثانياً: رغبة التكتل في زيادة اعداد السائحين الدوليين الوافدين من غير المسلمين من خلال ابراز الهوية المميزة للمنطقة ككل بما يدعم اختيار السائحين الدوليين للمقصد وفقاً لدوافعهم المختلفة وبصورة تدريجية حيث تتأكد الصورة الايجابية للمنطقة ككل عبر تسويق التراث الاسلامي.

جـ) اختبار علامة تجارية للصورة السياحية^(٩): تستطيع العلامة التجارية الناجحة ان تشكل ادراك السائح للمقصد اذ انها تمثل في مضمونها مصدراً لمعلومات ما قبل الرحلة وتبني توقعات السائح

• راجع :

Buncle, T., "Successful Rebranding. Part 1: Destinations, Sep 2009, (<http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Successful%20Rebranding.%20Part%201.%20Destinations>), Accessed: Apr., 2011.

داليا زكي، مرجع سابق، ص ص ٨٨-٩٤.

Murphy, L., Moscardo, G. & Benckendorff, P., "Using Brand Personality to differentiate Regional Tourism Destinations", Journal of Travel research, Vol.46, Aug., 2007, p. 5, 6.

المحتمل عن المقصد بما يميزه عن المنافسين، وفي هذه الحالة سوف يتم اختيار علامة تجارية لدول التكتل الثلاث كمقصد واحد وفقاً للأسواق المستهدفة من الانماط السياحية المقترحة، تكون هذه العلامة إما اسم أو رمز أو شعار وفي حالة المقصد الاعظم المختار فانه من المفضل ان يتم اختيار علامة تجارية مناسبة للمنطقة ككسل ولدول التكتل بوجه خاص مراعي مالها من تاريخ، وقيمة دينية، وصدي سياسي مميز عبر العصور وحتى الوقت الحالي بحيث تبني صورة ايجابية قوية تجد صداها في ذهن السائح وفقاً لدوافعه وتوقعاته لذا فان العلامة التجارية (الشعار مثلاً) لابد ان يجمع التاريخ والثقافة العربية مع المميزات الأخرى بما يسهم في توصيل رسالة ذات معنى سهلة للتذكر memorable تحمل مزايا وفوائد وقيمة معينة للأسواق المستهدفة والتي تم تحديدها سلفاً.

ووفقاً للتقسيم الجغرافي: فالسائح الاقليمي يصلح له شعار مثل: بيت العرب اعتماداً على ميزة القرب الجغرافي ووحدة الدين واللغة والعادات، أما السائح الوافد من المنطقة البعيدة فيمكن اختيار شعار يتضح فيه ميزة أو عدة مزايا بارزة للمنطقة كالتاريخ الفريد والجو المعتدل الدافئ وهنا يصلح شعار: استمتع بدفء الماضي، أو ارض التاريخ.

أما وفقاً للتقسيم الديموجرافي: هنا سوف يتم استخدام ميزة اختيار شعار للسائح المسلم أو المحافظ على غرار: البيت بيتك، أو الكل في واحد، وفي اختيار شعار للأسرة المحافظة يمكن استخدام شعار الموقع الإلكتروني الشهير **take the family** ⁽¹⁾ أو ما يمكن استخدامه على هذا النمق مثل **لك ولعائلتك** بحيث تعد العلامة التجارية الساتحين بمقصد يتوافق مع اسلوب حياتهم fits into their life style.

أما بالنسبة للسائح الثقافي والذي سوف يتم التركيز من خلال الاستراتيجية علي تسويق التراث الاسلامي له كميزة فريدة تنسم

١- لمزيد من المعلومات يمكن زيارة:

<http://www.takethefamily.com>, accessed: Apr., 2011.

بالتنوع والاختلاف، فانه من الممكن ان يتم استخدام شعار يحافظ علي الهوية ويوحى بتجربة فريدة ومثيرة وميزة جديدة للمنطقة لم تكتشف بعد مثل : اعرف الآخر، او عش معهم استهدافا لمعرفة الوجه الحقيقي للإسلام والتاريخ الاسلامي عبر زيارة المواقع التراثية، وهنا يجب ان تمثل العلامة التجارية تجربة سياحية محببة ومرغوبة desirable experience.

مع الحرص في هذا الاطار علي عدم استخدام اية عبارات دينية اسلامية والاكتفاء بصور الاماكن الاثرية او المناطق الطبيعية المميزة لدول التكتل المختارة، خاصة وان هناك نظرة سلبية للمقاصد السياحية التي تتسم صورتها بالتشدد او التعصب الديني مما قد يبعدها عن قائمة الاختيارات مثلما الحال بالنسبة لصورة ايران التي تعد من اقل المقاصد تفضيلا لدي السائحين لذات السبب.⁽¹⁾

كذلك الحال بالنسبة لسياحة النساء حيث انه من اجل وضع الفكرة في مكانتها الذهنية الصحيحة correct positioning لدي السائحات خاصة الغربيات، فانه يجب ترويجها بعيدا عن الاطار الديني بحيث تكون رسالة اتصالية تعد كل النساء بما تنشده المرأة بصفة عامة اثناء السفر وهو الشعور بالامن، والامان، وبالراحة؛ لذا يقترح ان يتم تقديم المقصد للنساء اعتمادا علي ما لديه من ميزة فريدة وهي الحفاظ علي العادات والتقاليد، وعليه سوف يتم ذلك تحت شعارات مثل "سافري وحدك وستشعرين بالراحة"، "كل نساء العالم"، واستخداما لميزة الحرية في الاستمتاع بالرحلة فانه من المقترح ترويج الفكرة في اطار "نحو مزيد من الحرية".

1- Morakabati , Y." Deterrents to Tourism Development in Iran, *international journal of tourism research*, 13, 2011, p.119.

رابعاً: استخدام وسائل تسويقية جديدة للأكمات السياحية المقترحة للمقصد الاعظم:

كانت اشكال التعاون في مجال الانشطة التسويقية حتى الوقت الراهن بين مصر ودول التعاون المختارة تتم عن طريق الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي في هذه الدول، وكانت تقتصر علي تقديم برامج سياحية او احتفالات او رحلات تعريفية تتضمن اقامة لمدة ليلة او اكثر كاستضافة لرجال الصحافة والاعلام من اجل تقديم صورة المقصد الايجابية لمواطني دولتهم كذلك كانت المعارض والقوافل السياحية تقوم بدور كبير في تنمية السياحة البيئية، حيث يقام سنويا معرض سنوي بتونس في اواخر الشتاء غالبا في مايو حيث يتم من خلاله الاتفاق علي ارسال افواج سياحية من تونس لقضاء الصيف في مصر، كما اقيم معرض السياحة العربية في ٢٠١٠ بالمغرب برعاية احدي منظمات المعارض المصرية وتم دعوة كبري شركات السياحة المصرية للحضور كما عرضت هيئة التنشيط مطبوعاتها وانشطتها الدعائية في جناح مخصص.

وفي الفترة ١٤ - ١٦ مايو ٢٠٠٩ تم تنظيم سوق السياحة الدولية المتوسطة بتونس وتم اقامة ليلة مصرية بمشاركة احدي فرق الفنون الشعبية كما اقيم عام ٢٠١٠ نفس السوق في مايو ايضا الا انه نظرا لظروف عدم الاستقرار التي تواكب احداث الثورتين المصرية والتونسية، فقد تقرر وقف اي نشاطات دعائية او حملات او قوافل سياحية ومحاولة التركيز علي توجيه الانشطة نحو الدول العربية الاكثر استقرارا ومنها المملكة المغربية وخاصة مع عدم وجود تعاون كاف مع المغرب لسنوات طويلة.^(١)

وفي شهر رمضان ٢٠١٠ اطلقت هيئة التنشيط السياحي المصرية حملة مصر روحها في رمضان التي كان لتونس فيها مشاركة فعالة باقامة خيمة مصرية بتونس.

١- مقابلة شخصية مع كل من مدير عام العلاقات الدولية بوزارة السياحة و مدير ادارة السياحة العربية بالهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي وذلك بتاريخ ١٢ مايو ٢٠١١.

رغم ذلك فإنه من الملاحظ أن هذه الجهود فردية وموسمية وقد تقام عاما وتتوقف آخر علي اثر بعض العوامل الموقفية؛ لذا يجب الاعتماد علي سياسات تسويقية أخرى علي أن تحمل رؤية استراتيجية بعيدة المدى تنتم بالاستمرارية وذلك بما يتوافق مع أهداف الاستراتيجية المقترحة، وعليه يمكن استخدام الوسائل التالية:

أ- استخدام الدراما سواء التليفزيونية أو السينمائية في الحملات الترويجية للسياحة البيئية والدولية^(*):

وتبرز أهمية هذه الوسيلة من خلال قدرتها على تمكين السائح من إدراك الإمكانات السياحية المتوفرة في المقصد، بخلاف ما تتمتع به من قدرة على إثارة العاطفة والانفعال وزيادة فهم السائح لواقع المقصد وقد أثبتت الدراسات أن مشاهدة المقصد في الدراما المعروضة في التليفزيون تؤثر على اختيار السائحين له، وتوليد الرغبة في الزيارة أو زيارتها. بالنسبة للسياحة البيئية سوف يتوقف نجاح هذه الوسيلة علي قدرة فريق عمل الدراما علي إبراز نقاط التقارب الاجتماعي والثقافي بخلاف المميزات الطبيعية الأخرى لدول النكتل المختارة، وتؤكد نجاح الاستفادة بهذا الاقتراح خاصة مع قيام الدراما المصرية في السنوات الأخيرة بالتعاون مع الدراما العربية بالاستعانة بمخرجين ونجوم عرب، وكذلك القيام بالتصوير في مواقع مختلفة داخل دول المنطقة. ويقترح أن يتم تسويق هذه الاعمال على جميع المحطات الفضائية العربية.

أما بالنسبة للسياحة الدولية فإنه من الممكن وفقا لدراسة 2009 , Shani, A أن تسهم في تغيير الصورة السياحية لمقصد معين ويراعي

* تم الاستعانة في هذا الجزء بالمرجع التالية:

Hudson, S., Wang, Y & Gil, S.M., " The Influence of a Film on Destination Image and the Desire to Travel: a Cross-Cultural Comparison", *international journal of tourism research*, 2011, PP. 187-188.

داليا زكي، " اثر الدراما علي التنفق السياحي : دروس مستفادة، مجلة كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم، العدد (٤)، الاصدار رقم (١)، ٢٠٠٩.

في ذلك التدقيق في زيادة وعي السائح بعناصر الجذب السياحي، بخلاف اظهار الحياة اليومية في دول النكتل بصورة تظهر وجه الاسلام الحقيقي بما يزيد لغة السائح المسلم او المحافظ مع المقصد بما يسهم في ترغيبه زيارته.

وبصورة عامة سوف يتم ذلك بالتعاون بين الهيئة العليا للسياحة بدول النكتل، وبين صناعات الدراما بتخطيط مسبق وذلك من اجل اظهار مقومات الجذب السياحي بطريقة تشجع السائحين على زيارة دول النكتل (بالنسبة للسياحة الدولية)، بالإضافة الي التدقيق في اظهار تقارب العادات والتقاليد بين دول المنطقة ككل (بالنسبة للسياحة البينية).

وقد استطاعت مدينة ورزازات بالمغرب ان تدرك الاهمية القصوي للدراما ودورها في التنمية السياحية.

وفي هذا الاطار يقترح ان يتم عمل جولات خاصة داخل استوديوهات ورزازات بالتكامل مع استديوهات مدينة الانتاج الاعلامي في مصر.

ب- استخدام الانترنت في الحملات الترويجية لامتاط السياحة مجال التعاون (السياحة الثقافية والسياحة البينية والاسلامية):

وفقا لدراسة Pan,B., MacLaurin, T. & Crotts, J., 2007 فان التطورات التي لحقت بالانترنت ادت الي تغيير طبيعة الاتصال عبر الكلمة المنطوقة of – Mouth – online word ، واثرا علي سلوك السائح حيث تمثل كلمات المدونين bloggers علي مواقع التواصل الاجتماعي مثل facebook & twitter خاصة من الاقارب والاصدقاء وسيلة فعالة لتعريف السائح بخصائص المقصد لأنها لن تكون من فرد واحد وانما تعزز بأكثر من رأي higher levels of word of mouth will influence word of mouth volume⁽¹⁾.

1- Pan, B., MacLaurin, T. & C. Crotts, J., "Travel blogs and implications for destination marketing", *Journal of Travel Research*, Vol. 46, August 2007, PP. 36, 43, 44.

كما تتميز هذه الوسيلة بانها تستطيع تغطية كل مرحلة من مراحل الرحلة ابتداء من التخطيط والرحيل والانتقال اذ يمكن للمدوين اعطاء صورة كاملة حول الرحلة في ذات اللحظة a real – time customer feedback ويضمن ذلك فعلا دقة وموضوعية ومصدقية الوصف لنقاط قوة وضعف المقصد ومدي سهولة ومتعة الرحلة بمراحلها المختلفة او صعوبتها.

ومن المقترح تخصيص موقع اليكتروني رسمي، وصفحة علي Face book لدول التكتل كمقصد اعظم يتم من خلالها عرض عناصر الجذب السياحي المختلفة علي ان يراعي ما يلي:

• **بالنسبة للسياحة الثقافية:** ضرورة عرض عناصر الجذب الثقافية والجوانب التراثية والاحتفالات والمهرجانات مع التركيز علي ابراز التسامح الديني وتعدد الديانات المتعايشة معا في سلام كما يمكن وضع بعض النصائح للسائح ليعيش تجربة مميزة تحت عنوان travel tips تتضمن نصائح لارتداء ملابس معينة في الاماكن الثقافية واماكن العبادة بخلاف شكل العلاقات مع النساء المسلمات او العلاقة بين السائحين من الجنسين خلال الرحلة، ويسمح Face book علي وجه التحديد بالتفاعل مع مديري الموقع حول اي استفسار لتسهيل الرحلة وجعلها اكثر امتاعا وانما تسمح ايضا بابداء الزائرين لارائهم من خلال تدوينه مما يعطي صورة عن طبيعة التجربة السياحية بوضوح بخلاف ابراز نقاط القوة والضعف في المقصد وكذلك مقترحات التطوير، ومن خلال التغذية الراجعة feed back يمكن للمسوقين تطوير جودة الخدمات السياحية بما لا ينعكس فقط علي تجربة السائح وانما تمثل في ذاتها اداة لتطوير الاداء التنافسي للمقصد⁽¹⁾، وفي حال التخطيط لزيارة اول مرة للسائح فمن المتوقع ان تكون اراء الزائرين الفعليين التي تم تدوينها صورة كاملة عن المقصد وخصائصه بعمق.

1-ibid..

• بالنسبة للسياحة الدينية والسياحة الإسلامية: فإن التركيز هنا سوف

يكون علي ابراز الجوانب التي تهم وتستهدف جذب السائح المسلم خاصة غير العربي مثل وضع موقيت الصلاة، الاطعمة الحلال، ابراز تواجد المساجد^(١)، مع القيام بحملات دعائية موسمية خاصة في بعض المناسبات الاسلامية مثل شهر رمضان، عيد الفطر، عيد الأضحى، المولد النبوي الشريف.^(٢) و ابراز وسائل الترفيه الملائمة.

ويقترح اعداد خريطة سياحية لدول التكتل علي ان يتم ادراجها علي الموقع الالكتروني للمقصد وان يوضع فيها كافة الاماكن السياحية الهامة، وطرق الوصول من شبكات حديدية، او نقل بري او بحري او جوي، بالإضافة الي اعداد نماذج للرحلات المقدمة لزيارة دول التكتل وادراجها علي الموقع الالكتروني وعلي صفحة Face book وتتويج هذه النماذج في اطار البرامج المقترحة في اطار الاستراتيجية علي ان تعزز بالأسعار وتقديم العروض الخاصة في مواسم الركود، وللعائلات، ومحبي التراث.

خامسا: استخدام حملات تشييطية مميزة في المواسم الدينية الاسلامية سواء للسياحة الدينية او الدولية استهدافا للتعريف بالاسلام ومن ناحية اخري اجتذاب الشرائح السوقية المستهدفة من الاستراتيجية جميعا :
وتعتبر حملة مصر روحها ف رمضان^(٣) خير مثال علي ذلك حيث تم من خلالها اتباع الخطوات التالية:

أ- اصدار المطبوعات الخاصة بالحملة باللغة الانجليزية خلاف اللغة العربية، استهدافا للمسلمين غير العرب او لاي سائح يهتم

1- Hashim, N.H, Murphy, J. & Hashim, N.M op.cit.

* قامت مصر خلال عام ٢٠١٠ بعمل حملة دعائية خاصة في شهر رمضان بعنوان " مصر روحها ف رمضان Egypt's Spirit in Ramadan" ولقامت مهرجان فوانيس ٢٠١٠ وسوف يتم تحليل الحملة بالكامل لاحقا.

2- <http://www.egypt.travel>, accessed: May, 2011.

وقد اشارت السيدة مدير ادارة السياحة العربية بالهيئة المصرية العامة لتنشيط السياحة الي استمرار هذه الحملة رمضان ٢٠١١ من اجل تنشيط السياحة الوافدة من الدول العربية الاسلامية.

بمعلومات حول الاسلام او يرغب في قضاء تجربة مميزة تختلف عن روتينه اليومي واسلوب حياته "تجربة الواقع بتفاصيلها".

ب-تضمن المطبوعة معلومات عن شهر رمضان ووصف دقيق للملامح العامة لهذا الشهر وسبب الصيام فيه وما هو الافطار والسحور ومواعيدهم بخلاف ملامح حياة المصريين عموما في هذا الشهر، - وليس المسلمين فقط - مثل تقاليد الفانوس والخيامية الرمضانية، ومنفع الافطار والسحور، وبعض الاطعمة والحلوي المرتبطة بالشهر وكلها تقاليد جذابة غير مرتبطة بالدين في حد ذاته.

ج- الاشارة الي بعض الاماكن التي تقدم روح شهر رمضان للسائحين سواء اكانت فنادق او مطاعم او مناطق شعبية ذات خصوصية كخان الخليلي والازهر الشريف، ومقهى الفيشاوي مما يؤدي الي زيادة ايرادات هذه المناطق.

د- وضع عدد من الآثار الاسلامية تحت الضوء كاليوت الاثرية القديمة كبيت زينب خاتون، وقصر الامير طاز مما يشجع السائح علي زيارة هذه الاماكن.

هـ- إقامة مهرجان "قوانيس ٢٠١٠" الذي يتضمن جميع ملامح الحملة السابق ذكرها بالإضافة الي العروض الموسيقية والفلكلورية.

و- الترويج لشركة الطيران الوطنية الناقل الرسمي للمهرجان عبر عروض يتم تقديمها هذا الشهر.

ز- مد الحملة لتشمل ايام العيد واماكن وكيفية قضائها.

ح- عدم اقتصار أنشطة المهرجان علي القاهرة وانما تمتد الي محافظة الاسكندرية، كذلك امتدت لتشمل اياما احتفالية في عدد من الدول الاسلامية، وهي تونس والكويت واستانبول بتركيا وتم اطلاق كلمة الفانوس علي الاحتفال.

ط- وجود جميع الاحتفاليات التي تمثل أنشطة علي هامش أنشطة المهرجان مثل العروض العربية الاسلامية Arabic & Islamic

nights بدار الاوبرا من بعض الدول الاسلامية وليست العربية فقط مثل كازاخستان واندونيسيا وتشمل اغاني صوفية وذكرى غيرها.

بناء علي ما تم ممارسته من أنشطة داخل المهرجان فقه من المقترح ان يتم التعاون بشكل اكبر في هذا الشهر بين مصر وتونس والمغرب لإقامة مثل هذا المهرجان بين الدول الثلاثة وفقا للقواعد والخطوات السابق ذكرها، وان يتم تحت عنوان " عش رمضان في شمال افريقية".

سادسا: استغلال عواصم الثقافة الإسلامية والسياحة العربية: ويمكن استغلالها في تقديم رحلات متخصصة شهرية وان تتعاون باقي دول التكتل من اجل تقديم ثقافة العاصمة المختارة وإبراز القيمة الحضارية للمدينة تعميقاً للحوار الثقافي والانفتاح على ثقافات وحضارات الشعوب وتعزيز القيم، التفاهم والتآخي، التسامح واحترام الخصوصية الثقافية بحيث يتم اقامة مهرجان شهري طوال العام بالتعاون مع منظمة المدن العربية^(*)، والاييسكو (في حال العواصم الاسلامية) وجامعة الدول العربية (في حال العاصمة العربية) مع قيام الهيئة العليا للسياحة بدعوة القطاع الخاص بالمشاركة في الحدث لتقديم المزيج الثقافي السابق ذكره خلال شهور الاحتفالية.

سابعا: اختيار استراتيجية تسعير ملائمة:^(**)

بالنسبة للأنماط السياحية المقترحة للسياحة الدولية كامكانيات للتعاون فانه من المقترح استخدام استراتيجية التركيز حيث تستخدم للأنماط السياحية التي تمثل منتجا فريدا ومتميزا في السوق السياحية

* الموقع الرسمي لمنظمة المدن العربية :

<http://www.ato.net/>, accessed :May, 2011.

** لمزيد من المعلومات راجع :

هايدى محمود على صالح " تسويق المقصد الأعظم كتجاه سياحي حديث" رسالة دكتوراه غير منشورة - كلية السياحة والفنادق - جامعة حلون - ٢٠٠٥، ص ٢٦٥-٢٦٩.

الدولية وهي ترتبط بأسعار سياحية مرتفعة نسبيا لأن النمطين السابق الإشارة لهما يتسمان بتقديم تجربة سياحية مميزة سواء قامت علي تميز التراث المقدم او حتي علي اساس تقديم خدمة مميزة للسائح المحافظ.

اما بالنسبة للسياحة البيئية فانه من المقترح بصورة عامة تخفيض الاسعار للسائحين العرب وهو مطلب اساسي في مصر علي وجه التحديد و يشمل ذلك معاملة السائح العربي اسوة بالمواطن سواء في مؤسسات الإقامة او المزارات السياحية.

وبناء علي ما تم طرحه من رؤية يحسن في الجزء التالي رصد الآثار المتوقعة من هذه الرؤية للمقترحة للتعاون السياحي بين الدول المختارة.

رابعاً: الآثار المتوقعة للتعاون

١- زيادة حجم الحركة السياحية الوافدة إلى الدول المختارة:

من المتوقع ان ينجم عن تكوين الكتل السياحي زيادة للحركة السياحية للوافدة نتيجة إمكان زيارة أكثر من دولة بميزانية منخفضة نسبياً عما كان الحال قبل إقامة للكتل^(١)، وذلك من خلال تقليل عقبات السفر بين الدول أعضاء الكتل سواء فيما يتعلق بإجراءات التأشيرات أو الحدود بما يسهم في زيادة السياحة البيئية، وكذلك فيما يتعلق بتأشيرات الدخول للسائحين من الدول الاخرى مما يسهم في زيادة اعدادهم الي دول الكتل.

ومع التقارب الجغرافي بين دول الكتل المختارة ، وسهولة حركة المواصلات^(٢) المترتبة علي تسهيل حركة الطيران والاستثمار في البنية الاساسية للنقل البري والبحري في اطار الاستراتيجية المقترحة، فان ذلك سوف يتيح الاستغلال الامثل لما تتمتع به الدول العربية الإسلامية المختارة من إمكانيات سياحية طبيعية وثقافية، مما يسمح بإشباع رغبات قطاعات كبيرة من السوق السياحي (سواء القائمة بالفعل، أو المستهدفة بالاستراتيجية المقترحة)، خاصة وإن استحداث انماط سياحية جديدة كالمطروحة في استراتيجية التعاون المقترحة، سوف تؤدي بلاشك الي تعدد الاسواق وزيادة عدد المستهلكين وتوزيع المنتج السياحي لدول الكتل كمقصد اعظم Mega destination .

١- امانى رفعت، السياحة والتنمية الاقتصادية دراسة في التكامل السياحي بين دول شرق البحر المتوسط' رسالة ماجستير غير منشورة - كلية السياحة والفنادق - جامعة الإسكندرية - ١٩٩٧، ص ٤٤٢، ٥٠٢.

2- Tussyadiah, L.P, Kono, T. & Morisugi, H., A model of multi - destinations travel: Implication for marketing strategies, *Journal of travel research*, Vol. 44, No4, 2006, P.407

٢- تحقيق الاستقرار السياحي على المدى الطويل:

يتوقع ان تؤدي الاستراتيجية المقترحة الي تغير هيكل الطلب السياحي الدولي نحو زيادة الاهمية النسبية للسياحة البيئية بما يسمح بتوفير الاستقرار السياحي^(١) للدول الأعضاء على المدى الطويل، خاصة في ظل ظروف المنافسة السياحية الدولية. ووفقاً للاستراتيجية المقترحة سوف يتم إزالة الحواجز والتعقيدات أمام المسافرين سواء أكانت متعلقة بالتأشيرات أو إجراءات الحدود أو التمييز في الأسعار، مما يؤدي إلى تحول الطلب من المقاصد البعيدة إلى دول التكتل المختارة كمقصد اعظم، وبعبارة اخري فإن إمكان زيادة حجم السياحة البيئية بين الدول العربية الإسلامية سوف يؤدي بالضرورة إلى انخفاض معدل خروج التدفق السياحي خارج الإقليم نسبياً، بما يعنى زيادة حجم الحركة السياحية والدخل السياحي بشكل أكثر ثباتاً واستقراراً على المدى الطويل خاصة انها أقل تأثراً بالأزمات الاقتصادية والسياسية مقارنة بالسياحة الدولية؛ حيث تشبه إلى حد كبير السياحة الداخلية لذا فهي تسهم في تقليل الاعتماد على السياحة الوافدة من خارج الإقليم inter - regional والتي تتسم بأنها أكثر حساسية لهذه الظروف وقد اتضح ذلك من خلال عدد من الأزمات التي واجهت السياحة الدولية في عدد من مناطق العالم حيث كانت أحداث الحادي عشر من سبتمبر ٢٠٠١ كازمة سياسية نقطة تحول كبرى نحو مزيد من اقبال السائحين العرب والمسلمين علي السياحة البيئية بدلا من اختيارهم التقليدي للسفر الي الولايات المتحدة الامريكية واوروبا.

1- Varma, H., "Intra - regional tourism in the Asian region", International tourism marketing conference chennai, India, 10-12 December 2003, (www.fici.com/media-room/speeches/.../dec/dec12-south-pacific.pdf) accessed: Oct, 2009.

وفي عام ٢٠٠٨ ظهرت ايضا اهمية السياحة البيئية في تخفيف حدة اثر الأزمة المالية العالمية ٢٠٠٨ (*) .
٢- تحقيق تنمية سياحية مستدامة:

ان التعاون المقترح في السياحة الدولية يستهدف شرائح سوقية تنتم بالوعي تجاه البيئة وحماية التراث والحساسية تجاه الثقافة المحلية والمجتمع المضيف سواء السائح المحافظ او السائح الثقافي؛ مما يعني تقليل الاثار الاجتماعية والثقافية للسياحة الدولية، وتأكيد الاحترام المتبادل بين المجتمعات والثقافات نتيجة السلوك المسئول والواعي من قبل السائحين، عبر كل من ادارة الزائر وابرار الوجه الحضاري للاسلام عن طريق تنمية مناطق التراث الاسلامي واطهاره بصورة توضح تاريخ الاسلام وصورته الحقيقية، مما ينعكس علي اثره تجربة السائح، والحفاظ علي هوية المقاصد العربية الاسلامية، وتجنبها الاثار السلبية للعلومة التي تستهدف تمييط ثقافتها، وتجانسها مما يعني احداث تغييرات جوهرية لاتجاهات السائح نحو الثقافة العربية الاسلامية عموما والدين الاسلامي علي وجه الخصوص واستدامة المنتج السياحي، مما يعني مزيدا من الاقبال علي زيارة المقصد ، وكذا مزيدا من الزيارات في المستقبل بفعل الخبرة الايجابية وتأثير الكلمة المنطوقة، مما يعني تحقيق تنمية سياحية مستدامة.

ثانياً: اثار اقتصادية وتتمثل في تعظيم العوائد الاقتصادية المحققة من صناعة السياحة والتخفيف من حدة الفقر حيث يمكن تحقيق هذا الهدف من خلال العناصر التالية:

أ- ينجم عن تنوع الموارد السياحية في دول التكتل المختارة امكان تحقيق افضل استغلال لها حيث ينطوي ذلك علي الاستخدام الكفاء للموارد الاقتصادية^(١) من موارد طبيعية وثقافية وبشرية وتكنولوجية وبالتالي تنويع الاسواق المستهدفة.

* راجع الفصل الاول، والفصل الثالث.

١- اماني رفعت، ص ص ٤٩٧، ٤٩٨.

وينجم عن تنويع الاسواق زيادة اليرادات السياحية، مما يسهم في زيادة مساهمة السياحة الي اجمالي الصادرات خاصة وان الشرائح المستهدفة للسياحة البيئية والسياحة الثقافية تنسم بارتفاع مستوى الدخل، وارتفاع مستوى الاتفاق السياحي مما ينجم عنه اثار اقتصادية ايجابية داخل الاقتصاد القومي.

ب- تمكين المنتجين ذوي القدرات المالية المحدودة من دخول السوق السياحي^(١):

مع التغيرات السياسية الراهنة-علي اثر الثورات المصرية والتونسية - نحو مزيد من تحقيق العدالة الاجتماعية والاحتياز الي مطالب المواطنين عموما والفقراء الذين يمثلون اغلبية سكانية في الدول النامية، وامكان الحصول علي التمويل دون عقبات تنظيمية ضخمة خاصة مع المحاولات المستمرة للقضاء علي الفساد والرشوة، وفي ظل سوق سياحية ترتفع فيها درجة المنافسة يتوقع ان نتيج الانماط السياحية المطروحة في الاستراتيجية امكان دخول صغار المستثمرين من اصحاب المشروعات الوطنية المتوسطة والصغيرة الي السوق السياحي بجوار الشركات الكبرى؛ خاصة وأن الوسائل المقترحة لتسويق التراث الاسلامي تتضمن تشجيع اقامة مشروعات انتاج وتسويق المنتجات الحرفية التذكارية، واقامة مشروعات الاطعمة التراثية.

ج- تعظيم التشابكات بين القطاعات داخل الاقتصاد القومي وتقليل حجم التسريبات:

يتيح التعاون المقترح زيادة فرص الاستثمار امام اصحاب رؤوس الاموال من دول التكتل او من غيرها من الدول العربية الاسلامية دون قيود تمييزية لاذن وجود التكتل السياحي يمنح فرص المعاملة التفضيلية لمؤسسات الأعمال السياحية لدول التكتل المختارة، وغيرها من الدول العربية الاسلامية من خلال توفير مناخ أفضل

1- Goodwin,H., " Pro-poor Tourism : a response" , *Third World Quarterly* , Vol.29 , No. 5 , 2008, PP 869 -871.

لعملها داخل التكتل مما يعنى توجيه رؤوس الأموال إلى داخل الإقليم خاصة ان الاستثمارات المخصصة للأنماط السياحية المقترحة سوف تكون بتمويل اقليمي ذاتي مما يعنى تعظيم المنافع الاقتصادية المتحققة عن صناعة السياحة؛ مما يعنى ان جانبا كبيرا من عوائد السياحة سيصب مباشرة في الاقتصاد القومي لدول التكتل مما يزيد مساهمتها في الناتج المحلي الاجمالي.^(١)

بالإضافة الي ذلك فان الاستراتيجية المقترحة تسعى الي تفضيل توظيف للمواطنين لخدمة السائحين ينتج عن ذلك ايضا زيادة فرص العمل الماهرة وغير الماهرة مثل تفضيل توظيف للنساء سواء في وحدات الإقامة النسائية، او في مشروعات المنتجات الحرفية التكرارية والاطعمة لقرائية مما يسهم زيادة مشاركة المرأة في الحصول علي لقوائد المحققة من صناعة السياحة كمنتجة او عاملة في النشاط مما ينتج عنه زيادة الإنتاج وارتفاع مستويات للدخل ومستويات المعيشة.^(٢)

د- نتيجة لما سبق يمكن للسياحة التخفيف من حدة الفقر في حال ادارتها و تنميتها وفقا لمبدأ استدامة الموارد السياحية وذلك وفقا لدراسة جليلة حسنين ٢٠٠٧، ودراسة Goodwin, H., 2008، بما ينجم عنه تجربة سياحية مميزة، ويصب في النهاية لصالح المجتمع المحلي دون تاكل للثقافة العربية الاسلامية.

وبناء عليه فان الاهتمام بالبعد الثقافي والاخلاقي للسياحة، والذي تتبناه الاستراتيجية المقترحة ان يؤدي فقط الي الحفاظ علي الموارد الثقافية، وانما تضمن الحفاظ علي مساهمة السياحة في دخل الاقتصاد القومي ولصالح الطبقات الفقيرة دونما استغلال لحاجتهم الي المال في أنشطة سياحية ذات اثار اجتماعية سلبية.^(٣)

١- محيا زيتون، مرجع سابق، ص ص ٤٨٣-٤٨٨.

٢- لمزيد من المعلومات، راجع : جليلة حسنين، " السياحة هل تزيد من الفقر في الدول النامية ام يمكن ان تسهم في تخفيف حدة الفقر، في جليلة حسنين المحرر، مقالات في التنمية السياحية، مرجع سابق، ص ص ٦٩-١٢٣.

1- Goodwin, op. cit, p.870.

ثالثاً: اثار سياسية وتتمثل في تعزيز الأمن والاستقرار:

يستهدف الدين الإسلامي تحقيق التعاون والتفاهم المشترك بين المجتمعات الإسلامية، ونبذ الاختلافات السياسية، والصراعات الطائفية والعرقية وتخفيف النزعة القطرية بما يسهم في تدعيم الأمن والاستقرار بين الدول الإسلامية وصولاً إلى وحدة الأمة Unity of ummah (١) (٢)

وعليه فإن تفعيل البات التنفيذ التي تضمنتها الرؤية الاستراتيجية المقترحة تعد خطوة هامة نحو تحقيق وحدة الأمة العربية الإسلامية، لان التعاون السياحي يعنى فى مضمونه وحدة المصالح الاقتصادية بين دول التكتل؛ خاصة وأنه لا يمكن أن تتسع قاعدة التنمية السياحية إلا فى ظل الاستقرار والسلام ونبذ الصراعات الإقليمية. (٣)

ومن ناحية اخرى، فإن الاستراتيجية المقترحة تستهدف تسويق التراث الاسلامي، ووفقا لاليات التنفيذ المقترحة يتم الاتصال الفعال والايجابي المخطط مسبقا بين الشعوب العربية الاسلامية وغيرها بما يسهم في تحسين الصورة السياحية للدول العربية الاسلامية المختارة، ويؤدي تدريجيا الي انتشار التفاهم والتسامح.

* راجع سورة المائدة الآية رقم (١٢)، وسورة الحجرات الآية رقم (١٣)

1- Henderson, J.C., "Managing tourism and Islam in peninsular Malaysia", op.cit, P. 448.

٢- صلاح عبد الوهاب، "السياحة عامل للتسامح والعملاء"، مرجع سابق، ص ١٧.

**خامساً: نماذج مقترحة لرحلات
المقصد الاعظم
(مصر - تونس - المغرب)**

خامساً: نماذج مقترحة لرحلات المقصد الاعظم (مصر- تونس- المغرب)^(١)

فيما يلي يتم تقديم ثلاثة نماذج لرحلات سياحية وفقاً للأنماط السياحية التي تضمنتها الاستراتيجية المقترحة بحيث يتم وضع نموذج مقترح لسياحة التراث الاسلامي، وآخر للسياحة البيئية العربية للوافدة من خارج نول التكتل، وثالث للسياحة الاسلامية.^(٢)

النموذج الأول: (سياحة التراث الاسلامي):

اليوم الأول: وصول مطار (ميناء) الاسكندرية- الانتقال الي الفندق للتسكين - التوجه للقيام بجولة لزيارة معالم الاسكندرية (مكتبة الاسكندرية - متحف الاسكندرية القومي - قلعة قايتباي وميدان المساجد) - تناول وجبة الغذاء في احد مطاعم الاسماك - العودة الي الفندق للمبيت.

١- تم الاستعانة في مراجعة هذه النماذج باحدي منظمات الرحلات بشركة النيل للسياحة بالاسكندرية - و احدي المرشدين السياحيات بالاضافة الي مواطنين من تونس والمغرب عبر محاورات الانترنت، و دراسة McKercher, 2001، دراسة الهام سعيد عبد القادر، ص ص ١٢٥ - ١٢٦، من اجل تحديد عدد الياام الامثل لزيارة الدول المختارة والاماكن الالهم للزيارة، لمزيد من المعلومات ، راجع :

McKercher, B., A Comparison of Main-Destination Visitors and Through Travelers at a Dual-Purpose Destination, *Journal of Travel Research*, Vol. 39, May 2001, PP. 433-434.

الهام سعيد عبد القادر محمد، تقييم دور فروع للشركات السياحية للمصرية بالخارج لتنشيط حركة السياحة، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، ٢٠٠٧

ومن الجدير بالذكر ان اية مناطق ساحلية مذكورة في البرامج هي مناطق سياحية موجودة و مطروقة فعلا من السائحين وفي حال اتخاذ الخطوات الفعلية نحو اختيار مناطق سياحية جديدة يمكن استبدالها بالموجودة بالفعل في البرامج المقترحة..

* **جميع البرامج تشمل:** إقامة في فنادق ومنتجعات ٤ نجوم مع افطار في كل البرنامج / النقل السياحي بالاتوبيس/تذكار الطيران ذهابا و آيابا، مرشد سياحي لمرارات كل دولة.

البرنامج لا يشمل : كافة الطلبات الشخصية في الفندق (الأصصالات - تنظيف الملابس الخ)، رسوم دخول الأماكن الالثرية- البرامج والسهرة الاختيارية.

اليوم الثاني: الإفطار - التوجه الي مدينة رشيد لزيارة معالمها الاثرية الاسلامية - الغذاء في احد المطاعم الشعبية - العودة الي الاسكندرية للمبيت.

اليوم الثالث: الإفطار - ثم التوجه الي القاهرة بالاتوبيس - التسكين في الفندق - ثم جولة لزيارة المعالم الاثرية الاسلامية بالقاهرة (شارع المعز - الازهر - الحسين - متحف الفن الاسلامي) تناول الغذاء في احد مطاعم الحسين - جولة في خان الخليلي والجمالية لمشاهدة الصناعات الحرفية والتسوق - المبيت.

اليوم الرابع: التوجه الي مطار القاهرة - النزول في مطار تونس - استقبال وانهاء اجراءات الجوازات - التسكين في الفندق - جولة مسائية حرة بشارع بورقيبة - المبيت.

اليوم الخامس: الإفطار ثم التوجه الي زيارة مساجد وزوايا المدينة العتيقة ومنازل الاعيان، والمركز الوطني للخزف الفني الإسلامي، تناول الغذاء في احد المطاعم ذات الطابع التونسي ثم جولة للتسوق داخل السوق العربي العتيق وسط المدينة ثم التوجه الي سيدي بوسعيد - العودة للفندق للمبيت.

اليوم السادس: الإفطار ثم التوجه الي مدينة القيروان وزيارة معالمها الاسلامية المميزة - تناول الغذاء ثم التوجه الي مدينة رقادة لزيارة متحف الفنون الاسلامية - العودة الي تونس للمبيت.

اليوم السابع: الإفطار ثم التوجه الي مطار تونس في اتجاه الدار البيضاء - الوصول - التجول في شوارع المدينة - زيارة مسجد السلطان الحسن الثاني - الغذاء في احد مطاعم الكورنيش - جولة مسائية حرة - الفندق والمبيت.

اليوم الثامن: الإفطار - السفر الي مراكش بريا - قضاء اليوم في ساحة جامع الفنا وتناول الغذاء والعشاء - العودة للفندق والمبيت.

اليوم التاسع: الإفطار - زيارة المكتبة - قصر البديع - قصر الباهية - العودة للفندق - التجول في سوق المدينة القديمة - العشاء في مطعم علي بن فلاح - العودة للفندق للمبيت.

النموذج الثاني: (السياحة البيئية الوافدة من خارج دول التكتل):

اليوم الأول: وصول مطار الاسكندرية - استقبال و انتهاء اجراءات الجوازات - الانتقال الي الساحل الشمالي للإقامة في الفندق او الشاليهات لمدة ٣ أيام.

اليوم الخامس: الافطار ثم التوجه لمطار القاهرة - جولة لزيارة المتحف المصري - منطقة الاهرامات) - تناول الغذاء في برج القاهرة - استكمال الزيارة جولة في خان الخليلي - العودة للفندق للمبيت.

اليوم السادس: الافطار ثم التوجه الي مطار القاهرة - النزول في مطار تونس - استقبال وانتهاء اجراءات الجوازات - التسكين في الفندق - جولة حرة بشارع بورقيبة - الغذاء - جولة مسائية حرة بمنطقة البحيرة.

اليوم السابع: الافطار ثم التوجه الي سوسة - تسوق من السوق العتيق ثم التوجه الى منتجع يحتوي مركز الspa واستلام الغرف، وقضاء وقت علي الشاطيء، ثم تناول وجبة العشاء في داخل المنتجع.

اليوم الثامن: الافطار في المنتجع ثم المغادرة باتجاه مدينة الحمامات والتعرف على المدينة القديمة ومنظر البحر والقلعة القديمة مع اخذ وقت للراحة في احدي الكافيتريات المطلة على البحر ثم التوجه الى السوق العتيق واخذ وقت للتسوق - الغذاء - جولة مسائية حرة ثم العودة الى المنتجع- المبيت.

اليوم التاسع: الافطار في المنتجع - العودة الي مطار تونس - النزول في مطار الدار البيضاء- الوصول الي مدينة المحمدية - التسكين والمبيت.

اليوم العاشر، والحادي عشر: الافطار - قضاء اليوم علي الشاطيء - جولة مسائية حرة.

اليوم الثاني عشر: الافطار- السفر الي ورزازات - القيام بسفاري في صحراء ورزازات -الغذاء واستكمال اليوم في الصحراء - الفندق للمبيت.

النموذج الثالث: (السياحة الإسلامية):

اليوم الأول: وصول الي مطار القاهرة - الاستقبال - زيارة منطقة الاهرامات - الغذاء في مركب نيلية - الفندق والمبيت.

اليوم الثاني: الافطار - زيارة لمنطقة الازهر والحسين -شارع المعز - الغذاء في احد المطاعم الشعبية - استكمال الزيارة للتسوق في خان الخليلي - العودة للفندق .

اليوم الثالث: الافطار - التوجه الي مطار القاهرة - وصول مطار شرم الشيخ - التسكين - جولة مسائية حرة.

اليوم الرابع: الافطار - قضاء يوم علي الشاطيء - العودة الي الفندق - جولة مسائية حرة.

اليوم الخامس: الافطار - رحلة سفاري - زيارة محمية راس محمد و ركوب غواصة لقضاء يوم بالجزيرة - العودة الي الفندق.

اليوم السادس: الافطار - التوجه نحو مطار تونس - التوجه بالسيارة الي مدينة القيروان-زيارة مقام الصحابي أبي زمعة البلوي ، بئر بروطة، جامع الأبواب الثلاثة - الغذاء في احد المطاعم الشعبية - استكمال الجولة في المدينة القديمة - المبيت.

اليوم السابع: الافطار- التوجه نحو المنستير زيارة مسجد بورقيبة وروضة ال بورقيبة - الغذاء في احد المطاعم - الذهاب الي الفندق للمبيت.

اليوم الثامن: الافطار - قضاء يوم علي الشاطيء - جولة مسائية حرة.

اليوم التاسع: الافطار - التوجه الي مطار الدار البيضاء - التحرك الي مراكش - قضاء اليوم في ساحة جامع الفنا - الفندق والمبيت.

اليوم العاشر: قضاء اليوم بين زيارة حدائق اكдал والمنطقة الجبلية اوريكه و تناول الغذاء هناك - العودة للفندق.

اليوم الحادي عشر: الفطار- التحرك لزيارة استديوهات اورزازات - ثم زيارة مدينة الرشيدية والغذاء هناك وسط الريف - الفندق.

اليوم الثاني عشر: الافطار- الانتقال بر يا الي مدينة مكناس - جولة لزيارة معالمها - التسوق في سوق المدينة العتيقة - التحرك نحو فاس - زيارة المتحف (البطحاء)، جامعة القرويين - العودة الي الفندق.

المراجع

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

١- الكتب و القواميس:

- (١) اسعد حماد أبو رمان، عادل سعيد الرلوي، السيلحة في الأردن: الأسس العلمية - المقومات - الأسواق - الجدوى، عمان: إثراء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩.
- (٢) إسماعيل عبد الرحمن، حربي موسى عريقات، مفاهيم اساسية في علم الاقتصاد: الاقتصاد الكلي، عمان: دار وائل للنشر، ١٩٩٩.
- (٣) ايكة هولكرانس، قاموس مصطلحات التكنولوجيا والفلكلور، للطبعة الثانية، ترجمة محمد الجوهري، حسن الشامي، القاهرة: الهيئة المصرية العامة لقصور الثقافة، ١٩٩٩.
- (٤) جمهورية مصر العربية، وزارة التربية والتعليم، الاطلس العربي، ١٩٩٠-١٩٩١.
- (٥) جليلة حسنين، الطلب السيلحي الدولي والتنمية السيلحية في مصر، الاسكندرية: مطبعة سامي، ١٩٩٤.
- (٦) جعفر عبد السلام، احمد السايح، "المسلمون والاخر: اسس لتبادل الحوار والتعاون السلمي"، سلسلة فكر المواجهة، القاهرة: رابطة الجامعات الاسلامية، العدد ٢٠، ٢٠٠٦.
- (٧) حسنين توفيق يراهم، ظاهرة العنف السيلسي في النظم العربية، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩٢.
- (٨) خليف مصطفى غرابية - السيلحة البينية مع التركيز علي الوطن العربي بشكل عام والاردن بشكل خاص؛ عمان: دار يافا العلمية، ٢٠٠٨.
- (٩) داليا زكي، الوعي السيلحي والتنمية السيلحية: مفاهيم، وقضايا، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، ٢٠٠٨.
- (١٠) سماح احمد فضل، المشروعات العربية المشتركة و دورها في تحقيق التكامل الاقتصادي العربي، الاسكندرية: مكتبة الوفاء للقانونية، ٢٠١٠.

- ١١) صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي: اسس علمية وتجارب عربية، القاهرة : المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ٢٠٠٧.
- ١٢) صلاح عبد الوهاب، التسويق السياحي : القومي والتجاري، الناشر المؤلف، ١٩٩٦.
- ١٣) عبد الباري محمد داوود، السياحة في الاسلام، الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٦.
- ١٤) عبد العزيز التويجري، العالم الاسلامي في عصر العولمة، القاهرة: دار الشروق، ٢٠٠٤
- ١٥) عبد العزيز بن عثمان التويجري، الحوار والتفاعل الحضاري من منظور اسلامي، الرباط: المنظمة الاسلامية للتربية والعلوم والثقافة - ايسيسكو، ١٩٩٧.
- ١٦) فتحي أبو عيانة، الجغرافيا الإقليمية: دراسة لبعض الأقاليم الكبرى في العالم، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٠.
- ١٧) فليح خليف، اقتصاديات الوطن العربي، عمان :مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤.
- ١٨) كامل بكري، احمد رمضان نعمة الله، إيمان عطية ناصف، مبادئ الاقتصاد الكلي، الناشر: كلية التجارة - قسم الاقتصاد-جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٣.
- ١٩) لمياء حفني، اعمال شركات السياحة ووكالات السفر، الاسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ٢٠٠٨.
- ٢٠) محمد عمر مؤمن، التخطيط السياحي، الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٩.
- ٢١) محمد لبیب شقير، الوحدة الاقتصادية العربية : تجاربها و توقعاتها ، الجزء الثاني، بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٦.
- ٢٢) محمد محمود الإمام، التكمّل الاقتصادي الإقليمي بين النظرية والتطبيق، القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية، ٢٠٠٠.
- ٢٣) محمد محمود الإمام، العمل الاقتصادي العربي المشترك: ابعاده وتطوره، القاهرة : معهد البحوث والدراسات العربية ، ٢٠٠١.

٢٤) محمد يسري دعبس، السياحة والمجتمع: دراسات وبحوث في
اثنروبولوجيا السياحة، الاسكندرية: الملتقى المصري للابداع
والتنمية، ٢٠٠٩.

٢٥) محمد يسري دعبس، العلاقات الاجتماعية للسائح: رؤية في
اثنروبولوجيا السياحة، الاسكندرية: للناسر المؤلف، ١٩٩٣.

٢٦) محيا زيتون، السياحة في مصر بين إمكانيات التنمية ومخاطر الهدر،
القاهرة: دار الشروق، ٢٠٠٢.

٢٧) نبيل زعل الحوامدة، موفق عدنان الحميري، الجغرافيا السياحية في
القرن الحادي والعشرون: منهج، اساليب وتحليل رؤية فكرية جديدة
وتركيبة منهجية حديثة، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦.

٢٨) هند محمد حامد، التجارة الالكترونية في المجال السياحي، الناشر
للمؤلف، ٢٠٠٣.

بـ الوسائل العلمية:

١) الهام سعيد عبد القادر محمد، تقييم دور فروع الشركات السياحية
المصرية بالخارج لتنشيط حركة السياحة، رسالة دكتوراة غير منشورة،
كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، ٢٠٠٧.

٢) امانى رفعت، السياحة والتنمية الاقتصادية دراسة في التكامل السياحي
بين دول شرق البحر المتوسط "رسالة ماجستير غير منشورة - كلية
السياحة والفنادق - جامعة الإسكندرية ١٩٩٧.

٣) امنية علي ابراهيم علي، دور السياسات المالية للدولة في تنمية قطاع
السياحة في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة
الاسكندرية، ٢٠٠٠.

٤) ثروت عبد السلام غطاس، التكامل الاقتصادي الإسلامي بين النظرية
وإمكانيات التطبيق على مجموعة الدول العربية، رسالة ماجستير غير
منشورة، كلية للتجارة، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٥.

٥) راندا صلاح الدين محمد عطية، التنافس بين الإقليمية والتعددية نحو
تحرير التجارة الدولية (دراسة مقارنة) : ملخص رسالة ماجستير، المجلة
العلمية للبحوث والدراسات التجارية، العدد الرابع، ٢٠٠٩ ص ص
١٥٩-١٦٤.

- ٦) رضا محمود لبوزيد محمد، السلوك الإنفاقي للسائحين الوافدين و أثره على معدل الإنفاق في مصر بالتطبيق على السوق العربي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلون، ٢٠٠٧.
- ٧) زينب محمد حسن حامد، صورة الاسلام كما تعرضها المواقع العربية على شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧.
- ٨) سمر كامل احمد سعد، استخدام نظام ال BOT كوسيلة لتدعيم البنية الأساسية للنقل الجوي :دراسة تطبيقية على مطار مرسى علم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس، ٢٠٠٣.
- ٩) شيرين عادل حسن نصير، تحليل اثر السياحة علي التنمية الاقتصادية في جنوب سيناء، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٤.
- ١٠) عمرو على عبد الله على "تقييم إجراءات الحدود في مصر وأثرها على حركة السياحة"، رسالة ماجستير غير منشورة - كلية السياحة والفنادق جامعة حلون ٢٠٠٧.
- ١١) محمد علي محمد عبيد، اثر الاتفاقية الدولية لتحرير تجارة الخدمات (GATS) علي كفاءة النشاط المصرفي في الدول النامية مع التطبيق علي مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة جامعة الاسكندرية، ٢٠٠٨.
- ١٢) مها بداري، القدرة التنافسية لاصالة المنتج السياحي المصري في عصر العولمة بالتركيز علي العولمة الثقافية، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلون، ٢٠٠٧.
- ١٣) هايدى محمود علي صالح "تمويق المقصد الأعظم كاتجاه سياحي حديث "رسالة دكتوراه غير منشورة -كلية السياحة والفنادق -جامعة حلون ٢٠٠٥.
- ١٤) هبة القرموطي، إدارة الأزمات السياسية وتأثيرها علي السياحة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٨.

١٥) يسرا عطية محمد عطية سعيد، الآثار الاقتصادية للشركات السياحية عابرة القوميات علي النشاط السياحي في الدول النامية) بالتطبيق علي النشاط السياحي المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة الاسكندرية، ٢٠٠٧.

ج- الدوريات والمقالات العلمية:

١) ابراهيم مناد، "نبذة عن مسيرة الاستشراف"، *مجلة حوليات التراث*، العدد ٣، ٢٠٠٥.

annales.univ-mosta.dz/index.php/archive/152.htm, accessed: Oct. 2010

٢) الياس سبابا، "الازمة المالية العالمية: اسبابها وانعكاساتها"، *المستقبل العربي*، العدد ٣٦٠، فبراير ٢٠٠٩ ص ص ١٠-١٦.

٣) امنية مختار ياقوت، "كيفية اجتذاب اسواق و شرائح جديدة للاسواق السياحية المصرية"، *مجلة البحوث السياحية*، عدد ديسمبر، ٢٠٠٨، ص ص ٥-٢٦.

٤) ايمن طلال يوسف، "تتميط الاسلام في التصورات الغربية بين الاصولية والغويبا : قراءة تحليلية نقدية، *المجلة العربية للعلوم السياسية*، العدد ١٨، ربيع ٢٠٠٨، ص ص ١١٧-١٤٦.

٥) جليلة حسنين، "اتفاقية تحرير تجارة الخدمات Gats وآثارها المحتملة مستقبلاً على النشاط السياحي الدولي وإيراداته في مصر"، في: جليلة حسنين "المحرر"، *مقالات في التنمية السياحية*، الإسكندرية: دار السلام للطباعة والتجليد، ٢٠٠٣، ص ص ١٠٤-١٣٠.

٦) جليلة حسنين، السياحة هل تزيد من الفقر في الدول النامية ام يمكن ان تسهم في تخفيف حدته"، في جليلة حسنين المحرر، *مقالات في التنمية السياحية*، الإسكندرية: دار السلام للطباعة والتجليد ، ٢٠٠٣، ص ص ٦٩-١٢٣.

٧) جليلة حسنين، "مناخ الاستثمار السياحي في مصر : (تحليل دور و اهمية العوامل المؤثرة فيه)" ، في جليلة حسنين (المحرر)، *دراسات في التنمية السياحية* ، للناشر المؤلف ، ٢٠٠٣، ص ص ١٢٧-٢٠٢.

- (٨) حربي محمد موسي عريقات، التكامل الاقتصادي العربي وتحديات ظاهرة العولمة، *بحوث اقتصادية عربية*، السنة التاسعة، العدد العشرون، صيف ٢٠٠٠، ص ص ٤٧-٨٣.
- (٩) حميد الجميلي، مستقبل الاقتصاد العربي في ضوء متغير الشرق اوسطية الاقتصادية"، *مجلة الوحدة الاقتصادية العربية*، العدد ٢٤، السنة الرابعة عشرة، يونية ٢٠٠٢، ص ص ١٩-٥١.
- (١٠) داليا زكي، "اثر الدراما علي التدفق السياحي: دروس مستفادة"، *مجلة كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم*، العدد (٤) الاصدار رقم (١)، ٢٠٠٩.
- (١١) ديفيد سموك، قمر المهدي، "صنع السلام الاسلامي منذ ٩/١١"، *مجلة المستقبل العربي*، العدد ٣٦٤، يونيو ٢٠٠٩، ص ص ١٣٢-١٤٥.
- (١٢) سالم لبيض "الهوية: الاسلام، العروبة، التونسية"، *المستقبل العربي*، العدد ٣٦١، مارس ٢٠٠٩، ص ص ٦٧-٧٥.
- (١٣) سعيد عبد العزيز عثمان، محمد جابر فراج، "تداعيات الأزمة المالية العالمية على قطاع السياحة المصري" (السيناريوهات المحتملة والحلول المقترحة)، *مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية جامعة الإسكندرية*، العدد رقم (٢) المجلد رقم (٤٦) يوليو ٢٠٠٩.
- (١٤) صالح شعراوي، "الجزء الثاني من دراسة السياحة العربية و تحرير تجارة الخدمات السياحية"، *مجلة المسئلة الاخبارية جريدة العرب السياحية الالكترونية*.
- <http://www.almasallanews.com/News-1528.html>, accessed: May, 2011
- (١٥) صلاح عبد الوهاب، "السياحة عامل التسامح والسلام"، في: صلاح عبد الوهاب (المحرر)، في: *الكتاب السنوي للسياحة والفنادق (كتاب متخصص محكم)*، الإسكندرية: منشأة المعارف، ١٩٩٨ ص ص ١١-٢٩.
- (١٦) عبد الرحمن يسري احمد، "دور للنولة في تنمية الصادرات في إطار الظروف المعاصرة"، في: جليلة حسن حسنين (المحرر)، "مقالات في التنمية السياحية، الإسكندرية: دار السلام للطباعة والتجليد، ٢٠٠٣، ص ص ١٨٣-٢٢٩.

١٧) عبد المجيد قدي، "الازمة الاقتصادية الامريكية و تداعياتها العالمية"، *بحوث اقتصادية عربية*، العدد ٤٦، ربيع ٢٠٠٩، ص ص ٢٥-٢٨.

١٨) عدنان دلوود محمد العذاري، "اثر الاستثمار الاجنبي المباشر في الاقتصاد الاردني، *بحوث اقتصادية عربية*، العدد ٤٦، ربيع ٢٠٠٩، ص ص ١٥٥-١٧٦.

١٩) علي درويش الشمالي، عبد الرؤوف توفيق، "دراسة مقارنة برنامج الخصخصة في المملكة الاردنية الهاشمية والجمهورية التونسية"، *المجلة العلمية لكلية التجارة "بنين" جامعة الزهر،* العدد ٢٧، ٢٠٠٢، ص ص ٢٨٧-٣١١.

٢٠) علي كنعان، "الإقليمية الجديدة والمفتوحة": الأوسطية والمتوسطية"، في: أحمد برقاري وآخرون، *الدولة الوطنية وتحديات العولمة في الوطن العربي*، القاهرة: مكتبة مدبولي، ٢٠٠٤، ص ص ٦٩-٩٩.

٢١) عمر سالم، "جدوي التحول الي اتحاد جمركي عربي في ظل الاتجاهات الحديثة للاقليمية"، *مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين - كلية التجارة - جامعة القاهرة*، العدد الثامن والستون، ٢٠٠٧، ص ص ١٨٧-٢٤٠.

٢٢) عمر صقر، "آثار العولمة على اقتصاديات الدول العربية في شمال أفريقية ومجلس التعاون الخليجي"، *المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية - كلية التجارة وإدارة الأعمال - جامعة حلوان*، العدد ٣، ٢٠٠٢، ص ص ٢٤٩-٢٩٦.

٢٣) فلاح خلف الربيعي، "التكتلات الاقتصادية في الدول المتقدمة والنامية"، *الحوار المتمدن*، العدد ٢٣١٠، ٢٠٠٨/١١/٦.

(<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=137574>, accessed: Oct.2009.)

٢٤) محمد ابراهيم عراقي وآخرون، "السياحة العلاجية في مصر: دراسة تحليلية بالتطبيق علي منطقة سفاجا بالبحر الاحمر"، *مجلة البحوث السياحية*، يونيو ٢٠٠٨، ص ص ٥-٥٦.

٢٥) محمد إبراهيم محمود الشافعي، "الاتفاقيات التجارية الإقليمية وتأثيرها على النظام التجاري العالمي"، *مجلة الأمن والقانون - أكاديمية شرطة دبي*، العدد الأول يناير ٢٠٠٥، ص ٦٨-١٢٤.

٢٦) محمد سعيد الغامدي، "تنمية النشاط السياحي في الاقتصاد الاسلامي: دراسة في الاصول النظرية والتجربة السعودية"، *مجلة للبحوث القانونية والاقتصادية*، العدد الحادي والثلاثين، ابريل ٢٠٠٢، ص ١ - ٨٧.

٢٧) محمد يونس عبده عبد الحليم، "دور القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية (الحالة المصرية)، *المجلة العلمية لكلية التجارة بنين جامعة الازهر*، العدد ٢٩، ٢٠٠٤، ص ٣٦٢-٣٩١.

٢٨) محمود السيد احمد السيد، "السياحة العلاجية في مصر: دراسة تحليلية بالتطبيق علي منطقة سفاجا"، *مجلة البحوث السياحية*، ص ٥٧-٨٦.

٢٩) مخلص الصيادي، "الحركات الاسلامية المعاصرة: رد فعل ام استجابة لتحد"، *مجلة المستقبل العربي*، العدد ٣٦٩، ص ٧-٢٧.

٣٠) منظمة المؤتمر الإسلامي، مركز الابحاث الاحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الاسلامية، "السياحة الدولية في البلدان الاعضاء بمنظمة المؤتمر الاسلامي: الافاق والتحديات".

(http://www.sesric.org/news_details_ar.php), accessed: December, 2009

٣١) منير الحمش، "السياسات الاقتصادية الكلية في ظل الازمة العالمية الراهنة"، *بحوث اقتصادية عربية*، العدد ٤٧، صيف ٢٠٠٩، ص ٧-٣٢.

٣٢) نيفين مسعد، "النزاعات الدينية والمذهبية والعرقية الاثنية في الوطن العربي"، *مجلة المستقبل العربي*، العدد ٣٦٤، يونيو ٢٠٠٩، ص ٦٣-٧٦.

٣٣) وجيه كوثراني، "في مدى تأثير العوامل الدينية والثقافية علي التوحيد القومي"، *مجلة المستقبل العربي*، العدد ٣٦٧، سبتمبر ٢٠٠٩، ص ص ١٥٠-١٦٩.

٣٤) يحيى عبد الغني ابو الفتوح، "النكامل الاقتصادي العربي في ظل المتغيرات الاقليمية العالمية (دراسة تحليلية لمعوقاته ووسائل تحقيقه"، *مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية - جامعة الإسكندرية*، ملحق العدد الثاني، المجلد ٣٧ سبتمبر ٢٠٠٠، ص ص ١-٦٧.

د التقارير والنشرات والجرائد والدراسات:

١) البنك الدولي، *الاتفاق الاقتصادية ٢٠١٠ لمنطقة الشرق الاوسط و شمال افريقيا :*

<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTARABICHOME/EXTARABICCOUNTRIES/MENAINARABICEXT/0,,contentMDK:22450474~pagePK:146736~piPK:226340~theSitePK:475954,00.html> accessed: July, 2011.

٢) البنك الدولي، *الاتفاق الاقتصادية العالمية، ٢٠٠٩*

<http://www.albankaldawli.org/dataandresearch/publications/reports.html>, accessed: February, 2010.

٣) البنك الدولي، *البلدان النامية تفقد قاطرة النمو العالمي، لكن المخاطر لا تزال قائمة:*

<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/ACCUEILEXTN/NEWSFRENCH/0,,contentMDK:22807959~menuPK:3325329~pagePK:34370~piPK:34424~theSitePK:1074931,00.html>, accessed: July, 2011.

٤) البنك الدولي، *"الطفرة التاريخية في اسعار السلع الاولى تنتهي مع تباطؤ النمو العالمي":*

<http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTARABICHOME/NEWSARABIC/0,,contentMDK:22005140~pagePK:64257043~piPK:437376~theSitePK:1052299,00.html>, accessed: July, 2011

٥) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، الكتاب الإحصائي السنوي، ديسمبر ٢٠٠٨.

٦) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية لإحصاءات السياحة عام ٢٠٠٨

(<http://www.capmas.gov.eg/nashrat43.htm>), accessed: July, 2010

٧) الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، "دراسة قطاع السياحة المصري وأهميته الاقتصادية":

<http://www.capmas.gov.eg/news.aspx?nid=852>, accessed : Oct., 2011

٨) المخطط الحادي عشر للتنمية ٢٠٠٧-٢٠١١.

http://www.transport.tn/index.php?option=com_content&view=article&id=65%3Ales-principales-orientations-du-1leme-plan-2007-2011&catid=38%3AAviation-civile&Itemid=157&lang=ar,

accessed: June 2011

٩) المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة والآثار الأردنية، الإحصاءات السياحية للأردن أعوام ٢٠٠٤-٢٠٠٧-٢٠٠٨-٢٠٠٩.

http://www.tourism.jo/GuestBook/Statistics_ar.asp, accessed: Aug., 2010

١٠) المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة والآثار الأردنية، مديرية الدراسات والمعلومات، التقرير الإحصائي التحليلي لقطاع السياحة ٢٠٠٧، ٢٠٠٨.

١١) المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة والآثار الأردنية، النشرة الإحصائية السياحية ٢٠١٠

<http://www.tourism.jo/>, accessed: Jul., 2011

١٢) المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة والآثار، النشرة الإحصائية السياحية ٢٠٠٥، عدد سياح المبيت وزوار اليوم الواحد شهريا للسنوات ٢٠٠٢-٢٠٠٥.

١٣) المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة والآثار، النشرة الإحصائية السياحية، المجلد الخامس، العدد الرابع، ٢٠٠٩ :

http://www.locateme.jo/stat2009_4/stat.htm, accessed: August, 2010

١٤) الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، مركز المعلومات والأبحاث السياحية(ماس)، الإحصاءات السياحية ٢٠١٠ :

<http://www.mas.gov.sa>, accessed: July, 2011

١٥) الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، مركز المعلومات والأبحاث السياحية(ماس)، الإحصاءات السياحية ٢٠٠٩

١٦) الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، مركز المعلومات والأبحاث السياحية(ماس)، الإحصاءات السياحية اعداد ٢٠٠٨-٢٠٠٩ :

<http://www.mas.gov.sa>, accessed: August, 2010.

١٧) الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، مركز المعلومات والأبحاث السياحية (ماس)، "التأثيرات الاجتماعية والثقافية للتنمية السياحية على المجتمعات المحلية"، ٢٠٠٩.

١٨) الهيئة العامة للسياحة والآثار السعودية، مركز المعلومات والأبحاث السياحية (ماس)، منخص لاهم المؤشرات السياحية خلال الفترة (٢٠٠٩-٢٠٠٤) :

<http://www.mas.gov.sa>, accessed: August, 2010.

<http://www.mas.gov.sa>, accessed: July, 2011

١٩) جامعة الدول العربية، إدارة الإحصاء وقواعد المعلومات، الدول العربية في أرقام ومؤشرات، العدد الأول، ٢٠٠٨.

٢٠) جامعة الدول العربية، الأمانة العامة قطاع الإعلام والاتصال إدارة الأمانة الفنية لمجلس وزراء الإعلام العرب، قرارات مجلس وزراء الإعلام العرب الدورة العادية الثانية والأربعين ١٧ يونيو/حزيران ٢٠٠٩

٢١) جريدة الاهرام ، في عصر السماوات المفتوحة عندما تتخطى السياحة العربية حدود الكلام"، العدد ٤٣٩٣٠ بتاريخ ١٣ يوليو ٢٠٠٧

www.arabicnewsarchive.com/cached-version.aspx?id=..., accessed: July, 2011

٢٢) جريدة اليوم السابع بتاريخ الأربعاء "مسئول بالسياحة :تأثيرات الدخول وراء عدد السائحين إلى مصر ، ٢١ يوليو ٢٠١٠ :
youm7.com , accessed: July 2011

- ٢٣) رئاسة الجمهورية، المجالس القومية المتخصصة، تقرير عن (رؤية مستقبلية للسياحة المصرية) موسوعة المجالس القومية المتخصصة (١٩٧٤-٢٠٠٠)، ص ص ٢٩٢-٣٠٥.
- ٢٤) رئاسة الجمهورية، المجالس القومية المتخصصة، موسوعة المجالس القومية المتخصصة (١٩٧٤-١٩٩٩) تقرير عن (السياحة واتفاقية للتجارة الخدمات الجاتس)، المجلد الخامس والعشرون ٢٠٠٣، ص ص ٢٢٤-٢٣٧.
- ٢٥) رئاسة الجمهورية، المجالس القومية المتخصصة، موسوعة المجالس القومية المتخصصة (١٩٧٤-٢٠٠٠) تقرير عن : "رؤية مستقبلية للسياحة المصرية" ص ٢٩٢-٣٠٥.
- ٢٦) صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، "التعاون العربي في تحرير التجارة البينية في الخدمات في إطار منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى"، ص ص ٢١٣-٢٢٤.
- ٢٧) صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠١٠، "التجارة الخارجية للدول العربية"، ص ص ١٦٥-١٨١.
- ٢٨) صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠٠٨، "التجارة الخارجية للدول العربية"، ص ص ١٣٥-١٥٠.
- ٢٩) صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠١٠، التطورات الاقتصادية والاجتماعية ، ص ص ١٥-٤٤.
- ٣٠) صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠١٠، تداعيات الأزمة المالية العالمية على اقتصادات الدول العربية، ص ص ٢٠٣-٢٢٣.
- ٣١) صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد ٢٠١٠، الملحق الإحصائي.
- ٣٢) صندوق النقد العربي، النشرة الإحصائية للدول العربية، ٢٠١٠.
- ٣٣) مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، إجمالي عدد السياح الوافدين إلى مصر في سلسلة زمنية ٣١-١٢-١٩٨٢ إلى ٢٠٠٩-١٢-٣١:

<http://www.eip.gov.eg/nds/nds.aspx>, accessed: August, 2010.

٣٤) مجلس الوزراء، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، "نشر اتفاقية تحرير التجارة في الخدمات علي قطاع السياحة المصري"، إشراف : علا للخواجه، الإصدارة الأولى، أكتوبر ٢٠٠٦ .

٣٥) مركز المعلومات والأبحاث السياحية، ملخص لأهم المؤشرات السياحية خلال الفترة ٢٠٠٤-٢٠٠٩ :

<http://www.mas.gov.sa>, accessed: August, 2010

مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية
والتدريب للدول الإسلامية(Sesric)، بلدان منظمة
المؤتمر الاسلامي في ارقام :

<http://www.sesric.org/oic-member-countries-ar.php>, accessed: May, 2011.

٣٦) مكتب العمل الدولي، اتجاهات الاستخدام العالمية ٢٠١٠ :

www.ilo.org/public/arabic/region/arpro/.../press_release_27012010.pdf,

accessed: May, 2010

٣٧) منظمة المؤتمر الاسلامي، ادارة الشؤون الثقافية والاجتماعية،
المرصد الاسلامي للاسلاموفوبيا، التقرير الشهري، يونيو ٢٠٠٨ .

٣٨) منظمة المؤتمر الاسلامي، ادارة الشؤون الثقافية والاجتماعية،
المرصد الاسلامي للاسلاموفوبيا، التقرير الشهري، ديسمبر ٢٠٠٩

٣٩) منظمة المؤتمر الاسلامي، التقرير الثاني لمرصد منظمة المؤتمر
الاسلامي بشأن ظاهرة الاسلاموفوبيا، التقرير الشهري، يونيو
٢٠٠٨ - ابريل ٢٠٠٩ :

http://www.oic-oci.org/uploads/file/Islam_phobia/reports/Arabic/ISLAMOPHOBIA2-Ar.pdf, accessed: September, 2010.

٤٠) منظمة المؤتمر الاسلامي، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية
والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية(Sesric)، بلدان منظمة
المؤتمر الاسلامي في ارقام:

<http://www.sesric.org/oic-member-countries-ar.php>, accessed: May, 2011

٤١) وزارة السياحة التونسية :

Le tourisme tunisien en chiffres 2009,

http://www.tourisme.gov.tn/fileadmin/medias/doc/tourisme_chiffres_09.pdf, accessed: Apr. , 2011.

٤٢) وزارة السياحة السورية، تطور عدد السياح حسب الجنسية
والسنوات ٢٠٠٠-٢٠٠٩

<http://www.syriatourism.org>, accessed: December, 2010.

٤٣) وزارة السياحة اللبنانية:

<http://www.lebanon-tourism.gov.lb/Ministry/Statistics.aspx>, accessed: May, 2010.

٤٤) وزارة السياحة المصرية:

Ministry of Tourism, Inbound Tourism, Arab Tourists & Tourist Nights,

2007 – 2009. (<http://www.tourism.gov.eg>), accessed: Dec., 2010

٤٥) وزارة السياحة المصرية، التقرير الاحصائي لعام ٢٠١٠

(<http://www.tourism.gov.eg>), accessed, Apr. 2010.

٤٦) وزارة السياحة المصرية، عدد السياح الأجانب الواصلين السبلد
والرحلات السريعة خلال عام ٢٠٠٩

(<http://www.tourism.gov.eg>), accessed: Dec., 2010.

٤٧) وزارة السياحة المغربية: التطور السنوي للمؤشرات السياحية
الرئيسية ٢٠٠١-٢٠٠٩

<http://www.tourisme.gov.ma/arabe/5-Tourisme-chiffres/ArriveeTouristes.htm>,

accessed: May, 2010.

٤٨) وزارة السياحة المغربية، الاتفاق التطبيقي للاتفاق الإطار ٢٠٠١-
٢٠١٠

www.tourisme.gov.ma, accessed: May, 2009.

٤٩) وزارة السياحة المغربية، التطور السنوي لوصول السياح إلى نقط
الحدود :

<http://www.tourisme.gov.ma/arabe/5-Tourisme-chiffres/ArriveeTouristes.htm>,

accessed: July, 2011

٥٠) وزارة السياحة المغربية، الطاقة الفندقية:

<http://www.tourisme.gov.ma/arabe/5-Tourisme-chiffres/CapaciteHoteliere.htm>,

accessed: April, 2011.

هـ المؤتمرات والندوات وأوراق العمل:

(١) إدريس توفيق، ندوة الإسلام والغرب - مكتبة الإسكندرية يوليو ٢٠١١.

(٢) إسماعيل محمد العدلي، "الأزمة المالية العالمية وتداعياتها المحتملة على قطاع السياحة المصري"، ندوة عن الأزمة المالية العالمية وتداعياتها على الاقتصاد المصري ٢٢ نوفمبر ٢٠٠٨، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، جامعة الإسكندرية، العدد رقم ١ المجلد ٤٦، يناير ٢٠٠٩.

(٣) المملكة العربية السعودية، منتدى الرياض الاقتصادي، "جاهزية القطاع الخاص للانضمام لمنظمة التجارة العالمية"، ديسمبر: 2005 www.riyadhforum.net/Upload/PowerPointFile_1395_80.ppt, accessed: September, 2010

(٤) المملكة العربية السعودية، الهيئة العليا للسياحة، "دور السياحة في تنمية التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية: رؤية مقترحة لتنمية التعاون في المجال السياحي"، ورقة الهيئة العليا للسياحة - المملكة العربية السعودية المنتدى الأول للسياحة في البلدان الإسلامية المملكة العربية السعودية، جدة، ١٨-٢٠/١٠/١٤٢٨هـ.

(٥) المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، المؤتمر الإسلامي السادس لوزراء الثقافة، البيان الختامي، ياكو - جمهورية أنريجان ١٣-١٤ أكتوبر ٢٠٠٩.

(٦) إيمان محمد منجي، "فعالية الإدارة في مواجهة أزمات السياحة: دراسة حالة مصر في مواجهة أزمة تفجيرات شرم الشيخ"، ملتقى صناعة السياحة في الوطن العربي من منظور استراتيجي وإداري و تموي، تونس- الجمهورية التونسية ٢-٦ يوليو ٢٠٠٦، ص ص ١٥-٤٠.

(٧) سلطان أبو علي، "الأزمة التمويلية وانعكاساتها على مصر"، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، ورقة عمل رقم (١٤٢)، يناير ٢٠٠٩.

- ٨) عبد العزيز بن عثمان التويجري، "الثقافة العربية والثقافات الأخرى"، ندوة الثقافة العربية والثقافات الأخرى، المهرجان النوطني للتراث والثقافة، المملكة العربية السعودية، الرياض ٤-١٩ مارس ١٩٩٨.
- ٩) عماري عمار، "التكامل العربي: معوقاته وسبل تحقيقه"، أعمال المؤتمر العلمي السابع للجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، القاهرة ٢٨-٣٠ مايو ٢٠٠٥ ص ١٨١-٢٥٢.
- ١٠) فوزية العشماوي، "الحوار بين الحضارات والتحديات الثقافية الكبرى المعاصرة"، الحضارات والثقافات الاستيعابية: من الحوار إلى التحالف، وقائع الندوة الدولية التي عقدتها المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة - إيسيسكو بالتعاون مع وزارة الثقافة والمحافظة على التراث في الجمهورية التونسية، تونس ٣٠-١/١-٢٠٠٦، ص ١٠٩-١١٨.
- ١١) محمود سالم عبد الله، "الدور الثقافي والمعرفي للسياحة في مد جسور التقارب بين الثقافات والحضارات للعالم"، في: فيصل سعيد فارع (المحرر)، السياحة في الجمهورية اليمنية: أوراق عمل وتوصيات الندوة العلمية التي نظمتها مؤسسة السعيد للعلوم والثقافة، تعز: مؤسسة السعيد للعلوم والثقافة، ٢٠٠٣، ص ٤٥-٥٩.
- ١٢) وسيم محيي الدين، "رؤية شاملة حول تأثير الأزمة الاقتصادية العالمية مع الاقتصاد المصري خاصة القطاع السياحي"، ندوة عن الأزمة المالية العالمية وتبعاتها على الاقتصاد المصري، ٢٢ نوفمبر ٢٠٠٨، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية - جامعة الإسكندرية، العدد الأول، مجلد ٤٦، الجزء الأول، يناير ٢٠٠٩.
- المقابلات الشخصية والاتصالات التليفونية ومعاورات الانترنت:
١. مقابلة شخصية مع مدير عام العلاقات الدولية بوزارة السياحة المصرية بتاريخ ١٢ مايو ٢٠١١
٢. مقابلة شخصية مع وكيل وزارة السياحة للعلاقات الدولية ١٢ مايو ٢٠١١.

٣. مقابلة شخصية مع مدير ادارة السياحة العربية بالهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي بتاريخ ١٢مايو ٢٠١١
٤. مقابلة شخصية مع مدير مركز المعلومات بالاتحاد المصري للغرف السياحية بتاريخ ٢٩ مايو ٢٠١١
٥. مقابلة شخصية مع مدير عام الشؤون الاقتصادية بالهيئة العامة للتنمية السياحية (مصر) بتاريخ ٢٩ مايو ٢٠١١.
٦. مقابلة شخصية مع مدير ادارة التحالفات بشركة الخطوط الجوية مصر للطيران بتاريخ ٣١مايو ٢٠١١
٧. مقابلة شخصية مع مدير عام العلاقات الدولية بوزارة الطيران المدني المصري بتاريخ ٣١مايو ٢٠١١.
٨. مقابلة شخصية مع مدير ادارة الاتفاقات الدولية بشركة الخدمات الارضية بمصر للطيران ٣١ مايو ٢٠١١.
٩. مقابلات شخصية مع مدير عام الاتفاقيات الدولية بسلطة الطيران المدني ٣١مايو ٢٠١١ .
١٠. مقابلة شخصية مع عميد شرطة مصطفى سلطان بادارة جوازات الاسكندرية بتاريخ ١٨ يوليو ٢٠١١.
١١. مقابلة شخصية مع مدير ادارة هندسة السكك الحديدية بالاسكندرية بتاريخ ١٨ يوليو ٢٠١١.
١٢. اتصال تليفوني مع احد مسئولى قناة دريم كورة الرياضية بتاريخ ٦ يونيو ٢٠١١.
١٣. اتصال تليفوني بالسيد مدير عام الاتفاقات بسلطة الطيران المدني المصري بتاريخ ١٥ يوليو ٢٠١١، ١٥ اغسطس ٢٠١١
١٤. اتصالات عبر الانترنت مع مواطنين من تونس والمغرب.

A- Books & encyclopedias:

1. Burns, P. & Holden, A., **Tourism: A new perspective**, London: Prentice Hall,, 1995.
2. Croatia, B.V., "Religion", in: Jafari, J., Baretje, R., & Buhalis, d., (eds.), **Encyclopedia of Tourism**, London: Routledge, 2001.
3. Doswell, R., **Tourism: How Effective Management Makes the difference**, Oxford: Butterworth Heinemann, 1997.
4. Lickorish, L.J & Jenkins C.L., **An introduction to tourism**, Oxford: Butterworth Heinemann, 1997.
5. McIntosh, R.W., Goeldner, C.R., Ritchie, J.RB., **Tourism Principles, Practices, Philosophies** , New York : John Wiley & Sons Inc., 1995.
6. Page, S.J, **Tourism management: management for change 3rd edition**, Amsterdam: EL Sevier, Butterworth Heinemann, 2009.
7. Telfar, D.J. & Sharpley, R., **Tourism and the development in the developing world**, London: Routledge, 2008.
8. Weaver, D. & Oppermann, M., **Tourism Management**, New York: John Wiley& Sons Australia, 2000.

B- Theses:

- 1- AL-Ghamedi, explicit and implicit motivation towards outbound tourism: a study of Saudi tourists, a thesis for Degree of Doctor of Philosophy in Marketing, The University of Glasgow, School of Business and Management, September, 2007.

- 2- AL-Mazroui, L., The experience of Muslim women employed in the tourism industry, A thesis presented to the University of Waterloo in fulfillment of the thesis requirement for the degree of Master of Arts Recreation and Leisure Studies- Tourism Policy and Planning Waterloo, Ontario, Canada, 2010,
[uwspace.uwaterloo.ca/bitstream/10012/5089/1/Almazro'ei_L_ubna.pdf](http://uwaterloo.ca/bitstream/10012/5089/1/Almazro'ei_L_ubna.pdf) accessed: July, 2010.

C- Articles & Periodicals:

1. Al-Hamarneh, A. Steiner, C," Islamic Tourism: Rethinking the Strategies of Tourism Development in the Arab World after September 11, 2001", *Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East*, Volume 24, Number 1, 2004, PP. 173-182.
http://muse.jhu.edu/journals/comparative_studies_of_south_asia_africa_and_the_middle_east/v024/24.1al-hamarneh.pdf,accessed: November, 2008.
2. Allam, R.," Countering the negative image of Arab women in the Arab Media: Towards a pan Arab eye "Media watch project", *the middle east institute policy brief*, No. 15, June, 2008, PP. 1-8.
3. Anson, C. "Planning for peace: The role of Tourism in the aftermath of violence, *Journal of Travel Research*, Vol. 38, August 1999, 57-61
4. Ap, J. & Wonf, K.K.F.,, " Case study on tour guiding: professionalism, issues, problems," *Tourism Management*, Vol. 22, Issue .5, 2001, PP. 551- 563.,

5. Aziz, H, "The journey: an overview of tourism & travel in the Arab/ Islamic context", in Harrison, D. (ed.), *Tourism & the less developed world: issues and studies*, London: Cabi Publishing, 2004, PP. 151 – 154.
6. Aziz, H., "understanding attacks on tourists in Egypt", *Tourism Management*, Vol. 16, No. 2, 1995, PP. 91-95.
7. Azzoni, C.R. & De Menezes, T.A.(2009)," Cost competitiveness of international destinations" , *Annals of Tourism Research* Vol.36, No. 4, 2009 ,PP.715- 734.
8. Battour, M., Ismail, M.N.& Battour, M., "The Impact of Destination Attributes on Muslim Tourist's Choice, *International Journal Of Tourism research*,2010, Published online in Wiley Online Library :
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jtr.824/pdf>,
accessed: Jan, 2011.
9. Besculides, A., Lee M.E., & McCormick, P.J., "Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, Issue, 2, 2002, PP. 303-319.
10. Boakye, K.A., "Studying Suitability as crime targets", *Annals of tourism research*, Vol.37, Issue .3, 2010, PP. 727-743.
11. Buhalis, D.," Marketing the competitive destination of the future", *Tourism Management*, Vol. 21, No. 1, 2000, PP. 97-116.
12. Buhalis, D., " The Tourism phenomenon: the new tourist and consumer ", in Wahab, S. & Cooper, C.P., (eds.), *Tourism in the Age of Globalization*, (London, Routledge), 2001, pp. 78-80.

13. Chang , R.C.Y, Kivela , J.S.. & Mak, H.N., "Attributes that influence the evaluation of travel dining experience: When East meets West", *Tourism Management*, 32, Issue. 2, 2011, PP. 307-316.
14. Cohen, E. & Avieli, N., "food in tourism attraction and impediment", *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, No. 4, 2004, PP. 755-778.
15. Coshall, J.T., "The threat of terrorism as an interventional Travel Flows", *Journal of Travel Research*, Vol. 42, Issue 1, 2003, PP.4 -12.
16. Cross, C.M., Backman, K.F. & Baldwin, E.D., "The Effect of the Language Barrier on Intercultural Communication: A Case Study of Educational Travel in Italy", *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, Vol. 9, 2009, PP. 104 – 123.
17. Crouch, G.I., " Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes", *Journal of Travel Research* , published online 19 March 2010 , PP.1-19.
18. Desbiolles, F.H., " More than industry : The forgotten power of tourism as a social force, *Tourism Management*, Vol. 27, Issue 6, December 2006, PP. 1192-1208
19. Din, K.H, "Islam and tourism: Patterns, issues, and options", *Annals of Tourism Research*, Vol. 16, Issue. 4, 1989, PP. 542-563.
20. Donyadide, A., " Ethics in Tourism", *European Journal of Social Sciences* – Volume 17, Number 3 2010, PP.426-433.
21. Du Rand, G.E., " Towards a Framework for Food Tourism asan Element of Destination Marketing",
http://www.up.ac.za/dspace/bitstream/2263/5320/1/DuRand_Towards%282006%29.pdf, accessed: Nov, 2008.

22. Dwyer, L., Forsyth, P. and Rao, P., " The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations", *Tourism Management*, Vol., 21, no. 1, 2000, PP. 9-22.
23. Dwyer, L. & Kim, C," Destination Competitiveness: Determinants and Indicators", *Current Issues in Tourism*, Vol. 6, No 5, 2003, PP.369 – 414.
24. Everett, S. & Aitchison, C., "The Role of Food Tourism in Sustaining Regional identity: A Case Study of Cornwall, South West England", *Journal of sustainable Tourism*, Vol. 16, No, 2, 2008, PP. 150-167.
25. Fleishman, J. & El-Hennawy, N." **In Egypt, tourism and Islam live uneasily side-by-side**, **Los Angeles Times, October 07, 2007**
<http://travel.latimes.com/articles/la-trw-in-egypt-tourism-and-islam-live-uneasily-side-by-side7oct07>, accessed: Jul., 2009.
26. Fletcher.J & Morakabati, Y., "Tourism Activity, Terrorism and Political Instability within the Commonwealth: The cases of Fiji and Kenya", *International Journal of Tourism Research*, Vol. 10, Issue 6., 2008, PP. 537- 556.
27. Gomezelj, D.O., Mihalic, T., "Destination competitiveness- Applying different models the case of Slovenia", *Tourism Management*, Vol. 29, issue.2, 2008, PP. 294–307
28. Goodrich, J.N," September 11, 2001 attack on America: a record of the immediate impacts and reactions in the USA travel and tourism industry", *Tourism Management*, Vol. 23, Issue .6, 2002, PP. 573–580.

29. Goodwin, H., " Pro-poor Tourism : a response, *Third World Quarterly*, Vol.29, No. 5, 2008, PP. 869 -871
30. Gouda, Abd El Khalek, "Bad Policies or systemic dysfunction, the perils of financial globalization: a south view, *l'Egypt contemporaine*, no. 473/474, jan – April, 2004, PP. 5 - 46
31. Gray, L.P., et.al, "Do US tour operators' brochures educate the tourist on culturally responsible behaviours? A case study for Kenya ", *Journal of Vacation Marketing*, July 2005 vol. 11 No. 3 , PP.265-284.
32. Grosspietsch, M., " can tourism provoke terrorism ", Working Paper Series. Num. 3. Sustainable Development through *Tourism*, University of Munster, Germany, 2005, [www.tourism-futures.org/ content /view/2355/186](http://www.tourism-futures.org/content/view/2355/186) , accessed : Nov. 2008.
33. Gruescu, R., Nanu R. & Pirvu, G., "destination competitiveness: a framework for future research", *Entelequia. Revista Interdisciplinar*, n° 9, primavera 2009, PP. 197-209.
(<http://www.eumed.net/entelequia/pdf/2009/e09a10.pdf>),
accessed: January, 2011.
34. Gursoy, D., Baloglu, s. & chi, C.G," Destination competitiveness of middle eastern countries: an examination of relative positioning", *Anatolia*, Vol. 20, No.1, 2009, PP. 151 – 163.
35. Gut, P. & Jarrell, S., "Silver Lining on a dark cloud: The Impact of 9/11 on a Regional Tourist Destination, *Journal of Travel Research*, Vol.46, 2007, PP. 147- 153.

36. Handerson, J.C "Managing the Asian financial crisis: tourist attractions in Singapore ", *Journal of Travel Research*, Vol. 38 , Nov. 1999, PP. 177-181.
37. Handerson, H.C, "Managing tourism and Islam in peninsular Malaysia", *Tourism management*, Vol. 24, 2003, PP. 447 – 456.
38. Handerson, J.C, "Sharia-compliant hotels", *Tourism and Hospitality Research*, Vol, 10, July, 2010, PP. 246-254
39. Hashim, N.H., Murphy, J., Hashim, N.M., "Islam and Online Imagery on Malaysian Tourist Destination Websites", *Journal of computer – mediated communication*,129.
40. Hazbun, W., "Explaining the Arab Middle East Tourism Paradox", *The Arab World Geographer*, Vol 9, No 3,2006 ,PP. 206--218 .
hazbun.mwoodward.com/AWG93Hazbun.pdf, accessed: Nov., 2008.
41. Higgins,D. F., "More than industry": the forgotten power of tourism as social force ", *Tourism Management*, Vol. 27, 2006, PP. 1192 -1208.
42. Hudson, S., Wang, Y & Gil, S.M.," The Influence of a Film on Destination Image and the Desire to Travel: a Cross-Cultural Comparison", *international journal of tourism*13, 2011, PP 177–190
43. Kivela, J. & Crofts, J.C, " tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experiencea destination", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 30, No. 3, August 2006, 354-377.

44. Lawson, R. & Thyne, M., "Destination avoidance and inept destination sets", *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 7, No.3, 2001, PP. 199-208.
45. Lee, C.F., & King, B., "Assessing Destination Competitiveness: An Application to the Hot Springs Tourism Sector ", *Tourism and Hospitality Planning and Development*, Vol. 3, no.3. , PP. 179-197.
(<http://eprints.vu.edu.au/2039>), accessed: Jan., 2011.
46. Lee , T.J., "role of hotel design in enhancing destination branding ", *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, No. 2 , 2011 , PP.708-711.
47. Lepp, A., & Gibson, H. (2003)," Tourist roles, perceived risk and international tourism", *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, No.3, , PP. 606-624.
48. Mansfeld, Y., " Wars, tourism and the "Middle East" factor", in: Pizam, A. & Mansfeld, Y. (eds.), *Tourism, Crime, and International security Issues*, John Wiley: New York, 1996,, PP. 265- 278.
49. Mat, A.B.C& Zakaria, A.B," The Importance of Arabic Language in Malaysian Tourism Industry: Trends during 1999-2004", *Canadian Social Science*, Vol.5 No.4 , 2009, PP. 12 – 17
cscanada.net/index.php/css/article/view/385/pdf/222, accessed: Aug. 2010.
50. Matt Guarente, The Importance of Social Media, Mar 2010, (<http://www.insights.org.uk>), accessed: Apr., 2011.
51. Mazanec, J.A., Wober, K. & Zins, A.H., " Tourism Destination Competitiveness: From Definition to Explanation?", *Journal of Travel Research* , Vol. 46, August, 2007, pp. 86-95

52. McKercher, B., A Comparison of Main-Destination Visitors and Through Travelers at a Dual-Purpose Destination, *Journal of Travel Research*, Vol. 39, May 2001, PP. 433-434.
53. Mihalic, T., "Tourism & Warfare: The case of Slovenia", in: Pizam, A. & Mansfeld, Y. (eds.), *Tourism, Crime, and International security Issues*, John Wiley: New York, 1996, PP.231 – 246
54. Mohamed, B., Image of Malaysia as a Destination: a Review,
(www.hbp.usm.my/tourism/Papers/paper_image.htm),
accessed: Apr., 2011.
55. Morakabati, Y., "Deterrents to Tourism Development in Iran ", *International Journal of Tourism Research*, Vol. 13, Issue.2, 2011, PP.103–123.
56. Murphy, L., Moscardo, G. & Benckendorff, P., "Using Brand Personality to differentiate Regional Tourism Destinations", *Journal of Travel research*, Vol.46, August, 2007, PP. 5 – 14..
57. Ng, S.I, Lee, J., A. & Soutar, G. N., "Tourists' intention to visit a country: The impact of cultural distance ", *Tourism Management*, Vol.28, Issue. 6., 2007, PP. 1497- 1506.
58. Palmer, C, "Tourism and the symbols of identity, *Tourism management*, Vol.20, No.3, 1999. PP. 313-321.
59. Pizam A.." A comprehensive approach to classifying acts of crime and violence at tourism destinations and analyzing their differential effects on tourism demand ", *Journal of Travel Research*, Vol. 38, Issue.1, 1999, PP. 5- 12.
60. Pizam, A., Fleischer, A. & Mansfeld, Y., "Tourism and Social Change: The Case of Israeli Eco-tourists Visiting Jordan ", *Journal of Travel Research*, Vol. 41, November, 2002, PP. 177-184.

61. Pan, B., MacLaurin, T. & C.Crotts, J., "Travel blogs and implications for destination marketing", *Journal of Travel Research*, Vol. 46, August 2007, PP. 35-45.
62. Park, H.Y., " Shared National Memory as Intangible Heritage: Re-imagining Two Koreas as One Nation", *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, No. 2, 2011, PP. 520 -539
63. Poirier, R., A., "Tourism and Development in Tunisia", *Annals of Tourism Research*, Vol.22, No., 1, 1995 PP. 157 -171.
64. Rittichainuwat, B. N. & Chakraborty, G., "Perceived Travel Risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand", *Tourism Management*, Vol.30, 2009, PP. 410-418.
65. Saadi, M.A, & Handerson, J.C," Tourism in Saudi Arabia and its future development,
(<http://qspace.qu.edu.qa/bitstream/handle/10576/8105/120511-0005-fulltext.pdf?sequence=3>), accessed: Oct, 2009
66. Shangquan, G., " Economic Globalization: Trends, Risks and Risk prevention", United Nations, Development policy and analysis Division, Department of Economic and Social Affairs, <http://www.un.org/esa/policy/devplan/cdp00p32.pdf>, accessed: Oct., 2009.
67. Sesric, "International Tourism in The OIC Countries: prospects & challenges", *Journal of Economic Cooperation*, 27-4, 2006, pp. 63-106
(<http://www.sesric.org>) accessed: Dec., 2009

68. Shadid W.A.R., van Koningsveld P.S., "The Negative Image of Islam and Muslims in the West: Causes and Solutions "In: Shadid W.A.R., van Koningsveld P.S. (Eds.): *Religious Freedom and the Neutrality of the State: the Position of Islam in the European Union* Leuven, Peters, 2002, PP.174-196:
www.interculturelecommunicatie.com/download/image.pdf,
accessed: July, 2010.
69. Singh, A., "Asia pacific tourism industry: current trends and Future outlook, (www.hotel-online.com/Trends/AsiaPacificJouurnal/AsiaPacificTourismoutlook-1997.html), accessed : Oct., 2009.
70. Sonmez, S.F. & Graefe, A.R., "Influence of Terrorism Risk on Foreign Tourism Decision ", *Annals of tourism research*, Vol.25, No.1, 1998, PP.112-144.
71. Sr, D.L.E, "A barrier -free future for tourism," *Tourism management*, Vol. 16, No.2, 1995, PP.107-110.
72. Steiner, V., "An Overestimated Relationship? ViolentPolitical Unrest and Tourism Foreign Direct Investment in the Middle East", *International Journal of Tourism Research*, Volume 12, Issue 6, 2010, PP. 726 –738.
73. Thyne, M., Lawson, R. & Todd, S., "The use of cojoint analysis to assess the impact of cross – cultural exchange between host and guest", *Tourism Management* , Vol. 27, 2006, PP. 201-213.
74. Tosun, C, " Host perceptions of impacts: A comprehensive tourism study", *Annals of tourism research*, Vol. 29, No. 1, PP. 231- 253.

75. Tussyadiah, L.P, Kono, T. & Morisugi, H., A model of multi - destinations travel: Implication for marketing strategies, *Journal of travel research* Vol. 44, No4, 2006,PP. 407-417.
76. UNESCO, Robinson, M. & Picard, D., "Tourism, Culture, and sustainable development"
unesdoc.unesco.org/images/0014/001475/147578e.pdf accessed: Oct, 2010.
77. Urieli, N., Israeli, A. & Reichel, A., "Religious Identity and Residents' Attitudes toward Heritage Tourism Development: The Case of Nazareth ", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, vol. 27 no. 1, 2003, PP. 69-84.
78. Wall, G. "Terrorism and Tourism: an overview and Irish example", in: Pizam, A. & Mansfeld, Y.(eds.), : Pizam, A. & Mansfeld, Y. (eds.) , *Tourism, Crime, and International security Issues*, John Wiley : New York , 1996, PP. 143 – 158.
79. Wang, Y.S, "The impact of crisis events and macroeconomic activity on Taiwan's international inbound tourism demand", *Tourism management*", Vol 30 No.1, 2009, PP. 75 - 82.
80. Weeden, C., Ethical Tourism: an opportunity for competitive advantage, *Journal of vacation marketing*, Vol.8, No.2, 2001, pp. 141-153.
81. Weidenfeld, A., "Religious needs in the hospitality industry", *Tourism and Hospitality Research*, Vol. 6, No. 2, 2006,, pp. 143-159.
82. Weidenfeld, A. & Ron, A.S., "Religious needs in the Tourism Industry", *Anatolia*, Vol.19, No. 2, winter, 2008, PP. 357-361.
83. Yu, X., Weiler, B. & Ham, S., "Intercultural communication and mediation: A frame work of analyzing the intercultural competence of Chinese tour guides ", *Journal of Vacation Marketing*, Vol.8, No. 1, 2001, PP. 75-87 .

84. Zhang, H.Q., & Chow, I., "Application of Importance – performance model in tour guides' performance: Avoidance from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong", *Tourism Management*, Vol. 25, Issue 1., 2004, PP. 81-91.

D- Conferences& working papers :

1. Bonham,C., Edmonds,C. & Mak , J., "The impact of 9/11and other terrible global events on tourism in the U.S and Hawaii,**East west center working papers, economics series, No.87, February, 2006, p.2**
www.eastwestcenter.org/fileadmin/stored/pdfs/ECONwp087.pdf,
accessed: July , 2011.
2. Cherfane et. al, "Economic, social and environmental impacts of Euro-Mediterranean free trade Area",**Draft paper for ERF Annual conference, December 2005,**
www.sed.manchester.ac.uk/.../Mansour_george cheefane_Kirkpatrick.pdf
accessed: October, 2009.
3. Handszuh, H, "Meeting on the trade and development implications of tourism services for developing countries ": **UNCTAD XII pre-event, Geneva, 19-20November 2007 PP. 1-22**
4. Hazbun, W., " A New Agenda for Development in The Arab World", **paper prepared for The New Arab World in the 21th century " conference League of Arab States , Cairo, Egypt, March 2003.**
5. Lexow, M. & Edelheim, J. &., Effects of negative media events on Tourist's decisions in W,Frost, G Croy & S Beeton (eds), **Proceedings of International Tourism and Media Conference 2004**, Tourism Research Unit, Monash University, Melbourne, pp. 51-60,
pubs.soc.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context= accessed: May, 2010

6. Mc Donnell, I, "The role of the tour guide in transferring cultural understanding", **working paper no. 3, 2001**, www.business.uts.edu.au/1st/downloads/wp03_McDonnell.pdf, accessed: August, 2010
7. Rabotic, B., "Tourist guides in contemporary tourism", **International Conference on Tourism and Environment, Sarajevo, March, 4-5, 2010**:
<http://www.belgradetours.com/THE%20ROLE%20OF%20THE%20TOURIST%20GUIDE%20IN.pdf>, accessed: July 2010.
8. Ramli, N., "Halal Tourism : The untapped Market for the Halal industry and its services, **The 1st Gulf conference on Halal industry and its services-AL-Salmiyah- Kuwait, 24-26 January , 2011**:
http://www.islam.gov.kw/site/ads/Gulf1_Halal/Thaird_day/night/4%20Dr_%20Noriah%20Ramli_ppt.pdf, accessed: June 2011.
9. Sakr, M., Massoud, N. & Sakr, H., "Tourism in Egypt: an unfinished business", **ECES working paper, no. 147, may 2009**.
10. UNWTO, **International conference on tourism, religious & dialogue of cultures, Cordoba- Spain, 29-31 October, 2007**.
11. Varma, H., "Intra – regional tourism in the Asian region", **International tourism marketing conference chennai, India, 10-12 December 2003**,
[www.fici.com/ media-room/speeches/.../dec/dec12-south-pacific.pdf](http://www.fici.com/media-room/speeches/.../dec/dec12-south-pacific.pdf)
accessed: October, 2009.
12. Vengesai, S, "A Conceptual Model of tourism destination competitiveness and attractiveness", **ANZMAC 2003 Conference Proceedings Adelaide 1-3 December 2003**, pp. 673 – 647.

13. Zaki, D., "Egypt Competitive Advantage: Introducing attribute Importance and Performance", **Proceedings of the 26th EuroCHRIE Conference, Dubai, 11-14 October 2008.**

E- Reports:

1. Ministry of Tourism: **Tourists & Tourist Nights, 2007-2009**, (<http://www.tourism.gov.eg>), accessed: December, 2010.
2. The World Bank, **The little Data Book Africa 2010**
3. TTI, **country reports, Egypt, 2004, 2008.**
4. TTI, **Country Reports, Jordan, November 2007**
5. TTI, **Country reports, Malaysia, February, 2008.**
6. TTI, **Country reports, Morocco, 2004, 2007**
7. TTI, **Country reports, Tunisia, 2008.**
8. UNWTO, **1st Report on the Implementation of the Roadmap for Recovery – March 2010**
9. UNWTO, **2020 Vision,**
10. UNWTO, **compendium of tourism statistics data 2003-2007, 2009 edition.**
11. UNWTO, **Tourism and economic stimulus - Initial assessment Madrid, update 01 July 2009**
12. UNWTO, **UNWTO Tourism Highlights, 2008edition.**
13. UNWTO, **UNWTO Tourism Highlights, 2009edition.**
14. UNWTO, **UNWTO Tourism Highlights, 2010 edition**
15. UNWTO, **UNWTO Tourism Highlights, 2011 edition**
16. UNWTO, **World Tourism Barometer, Vol.5, No.1 January 2007**, accessed: Jan 2009.
17. UNWTO, **World Tourism Barometer, Vol.6 No. 3., oct. 2008**
18. UNWTO , **world Tourism Barometer , vol.7 , No.1 , January 2009**

19. UNWTO, **World Tourism Barometer**, January 2010
20. UNWTO, **World Tourism Barometer**, **Interim update** Aug 2011.
21. UNWTO, **Year book of tourism statistics data2003-2007**,
2009edition
22. UNWTO, **Year book of tourism statistics data2004-2008**,
2010 edition
23. **World Economic Forum, the Travel & Tourism
Competitiveness Report 2009: Managing in a Time of
Turbulence**,
([https://members.weforum.org/pdf/TTCR09/TTCR09_Full
Report.pdf](https://members.weforum.org/pdf/TTCR09/TTCR09_Full_Report.pdf) accessed: December, 2010.
24. **World Economic Forum, The Travel & Tourism
Competitiveness Report 2011**,
[http://www.ftnnews.com/attachments/WEF_TravelTourism
Competitiveness_Report_2011.pdf](http://www.ftnnews.com/attachments/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf), accessed: May, 2011
25. WTM, **WTM Global Trends Report 2007**.
26. WTM, **WTM Global Trends Report 2009**
27. <http://www.UNWTO.org/facts/eng/methodological.htm>, acc
essed: march 2010
28. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Jordan 2009**
29. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Morocco, 2009**
30. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Tunisia, 2009**
31. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Saudi Arabia, 2010**
32. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Egypt 2011**
33. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Jordan 2011**.
34. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Lebanon, 2011**
35. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Morocco, 2011**
36. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Syria 2011**.
37. WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact, Tunisia 2011**

F- Internet:

١. إذاعة هولندا ، "الإرهاب يهدد السياحة المصرية مجددا"،
(<http://static.rnw.nl/migratie/www.rnw.nl/hunaamsterdam/midea-stafrika/23020901-redirected>), accessed: Aug, 2010
٢. أصعب ١٠ سباقات في العالم لـ "أقوى الأقوياء"
<http://www.tourism.gov.eg/default.aspx>, accessed: Jul, 2011
٣. التأشيرة السياحية قصيرة الأجل:
<http://www.tunisia.org.ua/ae/travelling/visa/>, accessed May, 2011
٤. الجمهورية التونسية، وزارة الثقافة والمحافظة علي التراث، وكالة
لحياء التراث والتنمية الثقافية:
<http://www.patrimoinedetunisie.com.tn>, accessed: May, 2011.
٥. المركز المصري لدراسات التصدير والاستيراد، الية فض المنازعات
التجارية في منظمة التجارة العالمية
<http://www.ecsei-eg.com/WTO%20Dispute%20settlement.pdf>,
accessed: Jul. , 2011
٦. المعهد العربي للتخطيط، احمد طلفاح ، "اتفاقية الجات و نتائج دولة
أورجواي:"
www.arab-api.org/course31/pdf/P5628-1.pdf), accessed: Sept., 2010
٧. المملكة المغربية، برنامج واحة تافيلاليت :
<http://www.oasistafilalet.ma/ar/main.php?id=72&cont=341>, accessed:Jun, 2011
٨. المملكة المغربية، وزارة الشؤون الخارجية والتعاون، تأشيرة
الدخول الي المغرب :
www.maec.gov.ma/arabe/guide.../visasar.htm, accessed: May, 2011.
٩. المنظمة الاسلامية للتربية والعلوم والثقافة (الاسيسكو)، استراتيجية
تنمية السياحة الثقافية في العالم الاسلامي:
<http://www.isesco.org.ma/arabe/strategy/documents/Strat%C3%A9gie%20Arb-%204.1.pdf>, accessed: May 2011.

١٠. المهرجان الدولي الرابع لثقافة الواحات بفكيك :
<http://www.maghress.com/alittihad/108624> accessed: Jul, 2011
١١. الموقع الرسمي لمنظمة العمل العربية:
<http://alolabor.org>, accessed: May, 2011.
١٢. الموقع الرسمي لمنظمة المدن العربية:
<http://www.ato.net/>, accessed: May, 2011.
١٣. الهيئة العامة للاستعلامات المصرية، العلاقات المصرية التونسية
http://www.sis.gov.eg/ar/LastPage.aspx?Category_ID=1672, accessed: May, 2011
١٤. الهيئة العامة للاستعلامات المصرية، العلاقات المصرية المغربية:
http://www.sis.gov.eg/ar/LastPage.aspx?Category_ID=135, accessed: May, 2011.
١٥. الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي :
<http://www.egypt.travel>
١٦. تأشيرات الدخول والسياحة:
www.egypt.com/ahaleena/visa/index.htm, accessed:
Apr., 2011
١٧. توقيع اتفاقية تعاون وترويجي سياحي بين المغرب و تونس، مجلة
المسلة الالكترونية:
www.almasallanews.com/News-2532.html, accessed:
May, 2011.
١٨. جبال المغرب.. تلوج للرياضات الشتوية وشلالات لربط المرتفعات
بالمسهول:
<http://www.sfari.com/forums/sfari9/travel19630/>, accessed: Jul, 2011.
١٩. جمعية رجال الاعمال المصريين، اجتماع لجنة السياحة:
٢٠١١/١/٢٦
www.eba.org.eg/PortalFiles/ebaevents/Committee_meetings/to260111.do, accessed: Jun., 2011.
٢٠. عدنان الهياجنة، الصراعات الداخلية في العالم العربي :رؤية
مستقبلية:
<http://www.aljazeera.net>, accessed: Aug, 2010

٢١. فادي خلف، "الازمة المالية العامة و انعكاساتها علي المنطقة العربية:

<http://css.escwa.org.lb/edgd/1012/session1/6.ppt>, accessed: Sept, 2009.

٢٢. فتح السماء المفتوحة أو السماء في تونس:

<http://maghrebinfo.actu-monde.com/ar/archives/article8029.html>, accessed: Jul, 2011.

٢٣. لغة التجارة -قائمة بالمصطلحات التجارية:

<http://www.america.gov>, accessed: May, 2009.

٢٤. مرصد الإرهاب، تقرير يكشف كارثة بشرية بمقتل الآلاف وهجرة الملايين من العراقيين و نقشي الاغتيال الطائفي،

(www.alerhab.net), accessed: Aug., 2010

٢٥. مصطفى مجدى الجمال، الشراكة الأورو متوسطية :

www.aarcegypt.org/admin/upload/docs/alcharaka.doc, accessed: Oct, 2009.

٢٦. موقع العربية بتاريخ 22 ليريل 2009:

www.alarabiya.net/

٢٧. موقع الهيئة المصرية العامة للمعارض والمؤتمرات :

<http://www.cairofair.com/ar/index.php?id=80>, accessed: Apr., 2011.

٢٨. مشروع الشراكة الأورو متوسطية : لتعاون الاقتصادى أكثر الجوانب تقدما:

www.dw-world.de/dw/article/0,1789193,00.html, accessed: Oct 2009.

٢٩. ملخص بشأن اتفاق التجارة فى الخدمات:

www.tas.gov.eg/NR/rdonlyres/...D813.../SummaryofGATSArabic.doc, accessed: Sep. 2010.

<http://www.maroc.ma/NR/rdonlyres/D4E2AD9F-95CF-434D-8008-B6DFE8812DE1/8649/BO5952A.pdf>, accessed: Jul, 2011

٣٠. هشام شوقي، "عبد النور : ١٩٪ حجم تراجع السياحة فى يوليو"، المصري اليوم، العدد 2610، بتاريخ السبت 16 اغسطس ٢٠١١:

<http://www.almasry-alyoum.com/article2.aspx?ArticleID=306255>, accessed: Aug.2011

٣١. وزارة الداخلية المصرية، مصلحة الجوازات والهجرة والجنسية،
تأشيرات دخول البلاد:

www.moiegypt.gov.eg/Arabic/Departments.../Visa, accessed: May, 2011

32. Carol Southall, Family Tourism,
<http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Family+Tourism>, accessed: Mar. 2011.
33. Central Intelligence Agency, the world fact book,
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook>,
accessed: May, 2011.
34. ftnnews.com:
35. Holiday Decision Making: The Family Perspective
<http://egyptexcursions.net/private-excursions-daytrips/84-egypt-halal-tours-egypt-halal-friendly-muslim-tour-packages>
36. <http://egypthalaltours.com>, accessed: May 2011.
37. <http://www.actionha.net/articles/4069>, accessed: Jul, 2011
38. <http://www.arabafriantours.com>, accessed: May 2011.
39. <http://www.arabyouth.info/IMG/cultureAR.pdf>, accessed: September, 2010
40. http://www.downloadit.org/free_files/file123456789101112131415161718192021222324252627Pages%20from%20Chapter%204.pdf, accessed: May, 2011
41. <http://www.egypt.travel>, accessed: Mar., 2011.
42. <http://www.egyptair.com>, accessed: Apr 2011.
43. http://www.ehow.com/how_4554466_overcome-language-barriers-traveling.html, accessed: Aug., 2010.
44. <http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Holiday+Decision+Making%3A+The+Family+Perspective> , accessed :
Apr., 2011.

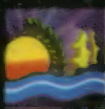
45. <http://www.region-meknes-tafilalet.ma/portal/media-type/html/user/anon/page/touristeAr1.psm1?noteId=3217>, accessed: Jul, 2011.
46. <http://www.takefamily.com>, accessed: Apr., 2011.
47. http://www.unwto.org/ethics/full_text/en/pdf/CODIGO_PAS_APORTEING.pdf, accessed: May., 2011.
48. <http://www.UNWTO.org/facts/eng/methodological.htm>, accessed: mar. 2010
49. <http://www.youtube.com/watch?v=hd=ufnguh4&feature=share>, accessed: Jun. 2011.
50. Mesic, M., "The perception of Islam & Muslims and the responsibility of European Muslims towards the media", (www.culturelink.org/conf/dialogue/mesic.pdf), accessed: Aug, 2010.
51. Muslim Tourist Information
52. www.southaustralia.com/.../Muslim_Tourist_Information_on_South_Australia_Jan_083.pdf, accessed: Jan, 2011.
53. Profiling a boon for 'Muslim-Friendly' countries
www.bangkokpost.com/.../profiling-a-boon-for-muslim-friendlycountries, accessed: Jun 2011
54. Responsible/ethical tourism.
(<http://bctf.ca/GlobalEd/TeachingResources/2006Secondary/PDF/ResponsibleEthicalTourism.pdf>), accessed: Apr, 2011.
55. Responsible Travel.com
56. Social media, http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media , accessed : Apr. , 2011.
57. Tourism to Morocco suffers after terror attack , afrolnews.com, accessed : Aug., 2010.
58. Visit Britain Evaluation Unit, Family Tourism,
<http://www.visitbritain.org>, Accessed: Mar, 2011.

59. www.alarabonline.org/previouspages/Alarab%20Daily/2010/04/.../p10.pdf, accessed: Apr., 2011.
60. www.saaaid.net/ferag/mthahb/75.htm, accessed: Sept., 2010.
61. Wikipedia.org
<http://wtd.unwto.org/sites/all/files/docpdf/egyptministmessage.pdf>, accessed: Oct, 2011.

Bibliotheca Alexandrina



1182187



مؤسسة شباب الجامعة
40 ش د / مصطفى مشرفة
تليفاكس: 4839496 الإسكندرية
Email shabab_elgamaa@yahoo.com